

Селлеры универсальных *маркетплейсов*

Цель исследования

Точка Банк и Data Insight проанализировали:

- портрет селлера,
- общие показатели бизнеса,
- специализированные услуги для селлеров,
- поведение селлеров.

Это помогло определить особенности ведения бизнеса на **универсальных маркетплейсах**.

Универсальные маркетплейсы — торговые онлайн-площадки, ассортимент которых не ограничен одной или несколькими категориями.

Выборка

Опрос проводился по случайной квотной выборке среди руководителей бизнеса и направления по работе с маркетплейсами с опытом продаж за последние 6 месяцев на трёх крупнейших универсальных маркетплейсах: [Wildberries](#), [Ozon](#) и [Яндекс Маркет](#). Опрос был размещён на онлайн-панели, а также рассылался по email-адресам.

709
человек

приняли участие
в исследовании

Портрет селлера.

Основные выводы

Портрет и поведение селлеров универсальных маркетплейсов сильно отличаются в зависимости от оборота.

Низкооборотные

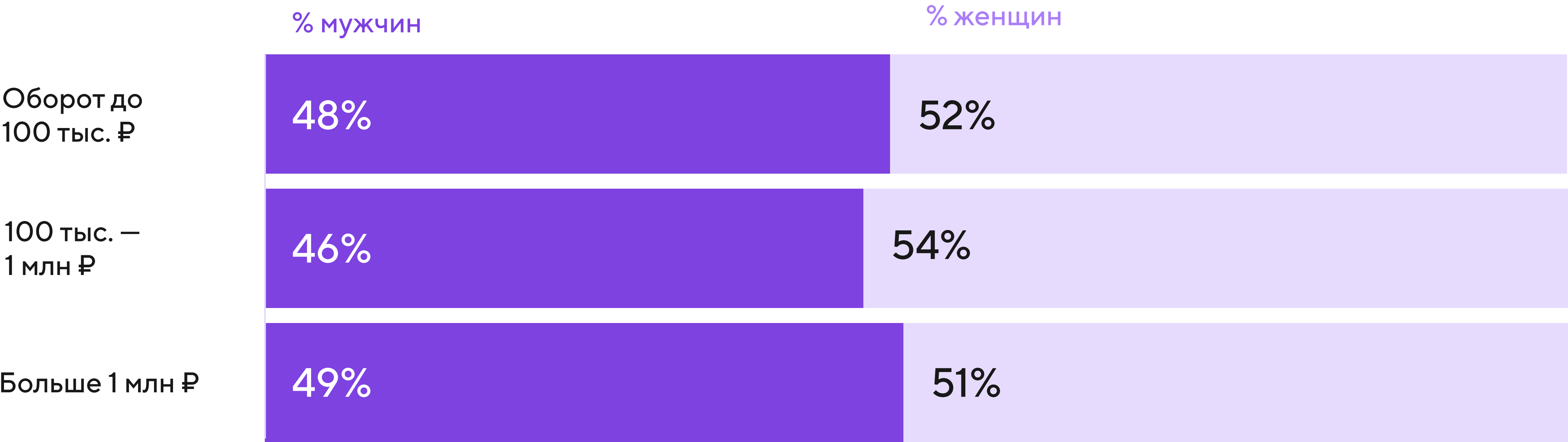
- оборот меньше 100 тыс. ₽ в мес.;
- в возрасте 36–45 лет;
- продают на одном маркетплейсе;
- стаж продаж 2–3 года.

Со средним оборотом

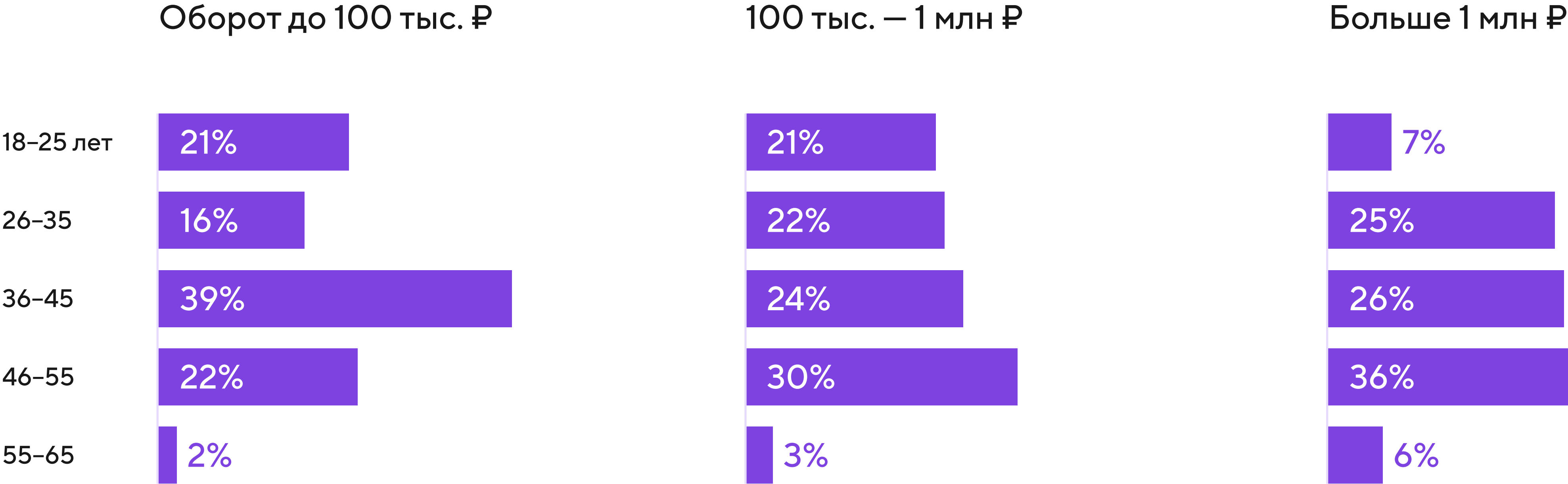
- 100 тыс. — 1 млн ₽ в мес.;
- младше 35 лет;
- чуть больше половины торгуют на одном маркетплейсе;
- стаж больше 3 лет.

Высокооборотные

- больше 1 млн ₽ в мес.;
- 46–55 лет;
- на нескольких маркетплейсах;
- стаж больше 3 лет.



Портрет селлера.
Возраст



Доля молодёжи до 25 лет среди селлеров с низким и средним оборотом немного выше, чем в среднем.

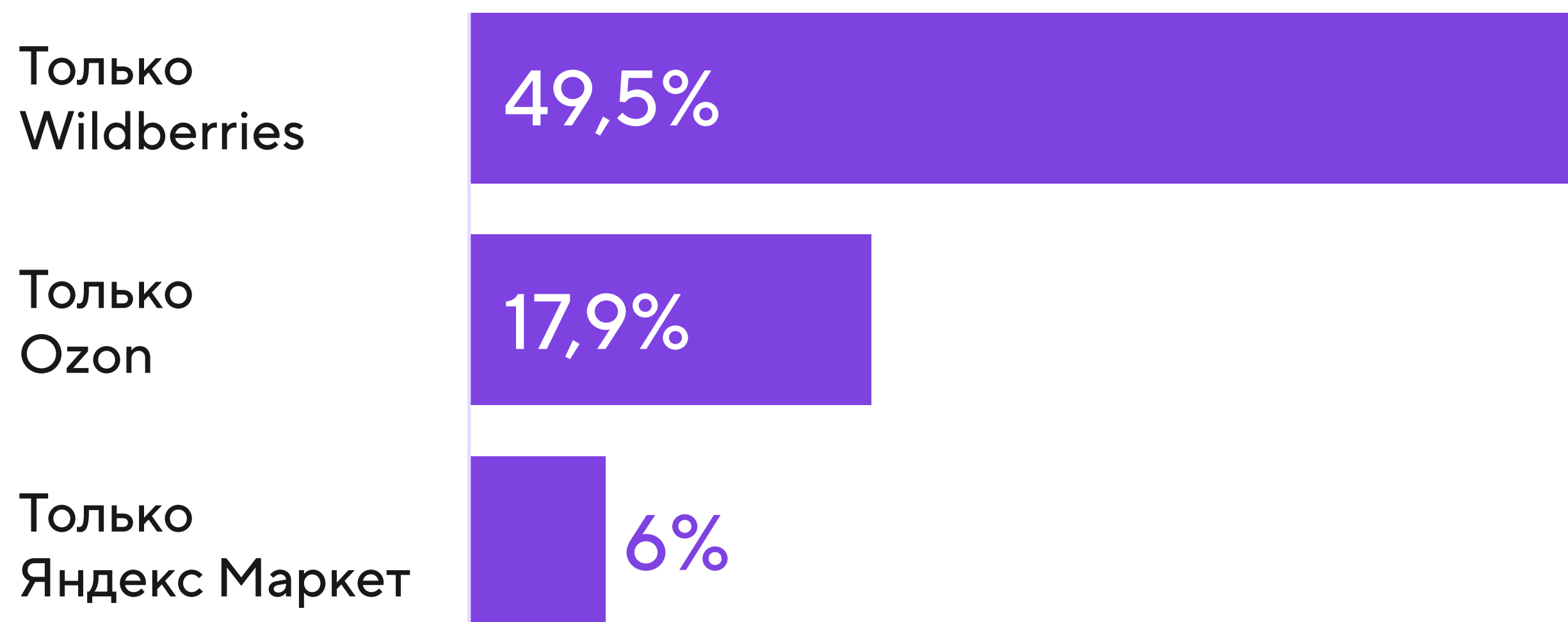
Больше трети высокооборотных селлеров старше 46 лет.

Портрет селлера. Основной маркетплейс

точка банк * DataInsight

На трёх крупнейших маркетплейсах торгуют больше **486 тыс. селлеров**.
В качестве основной площадки они чаще выбирают Wildberries.

На каком маркетплейсе вы торгуете?



26,6%

торгуют на двух
или трёх
маркетплейсах

Портрет селлера.
Основной маркетплейс

Большинство высокооборотных селлеров предпочитают торговать минимум на двух площадках, в то время как селлеры с низким оборотом продают товары только на одном из крупнейших маркетплейсов.

Какой маркетплейс для вас основной по обороту продаж?

В среднем

По обороту

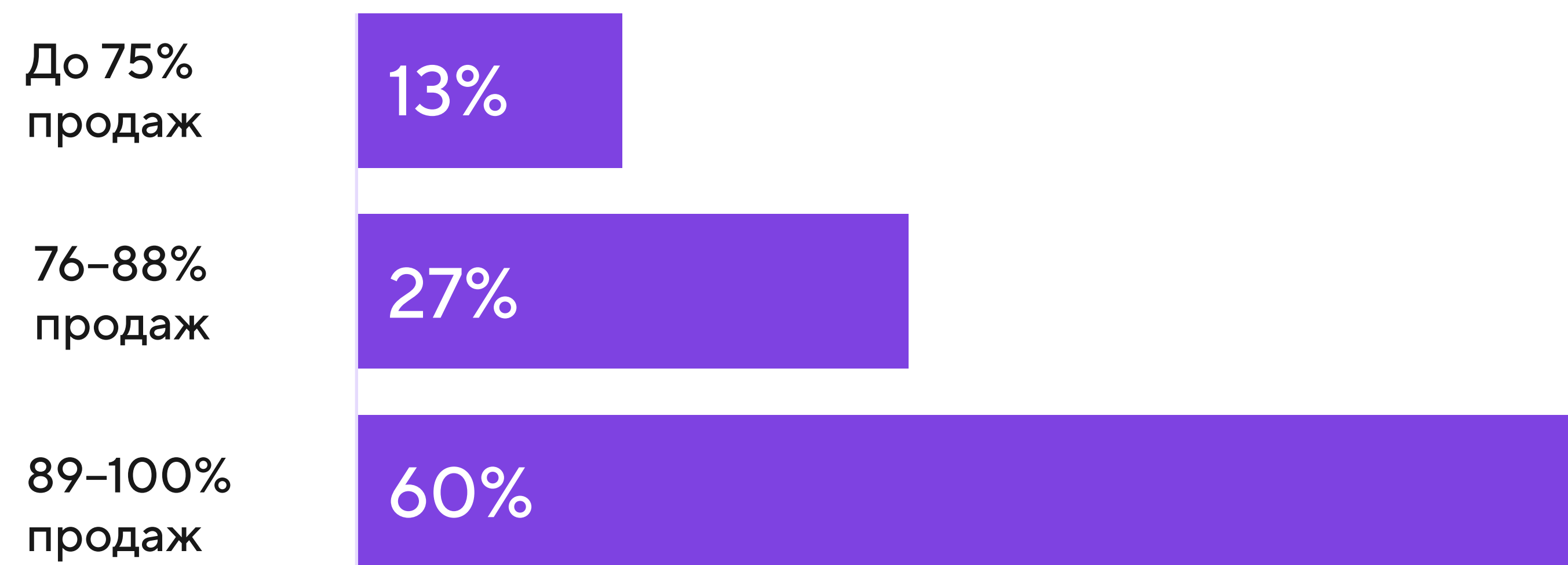


Портрет селлера. Каналы продаж

точка банк * DataInsight

Селлеры могут торговать не только на маркетплейсах, но в среднем это основной канал продаж.

Какую долю занимают маркетплейсы в общем объёме ваших продаж?

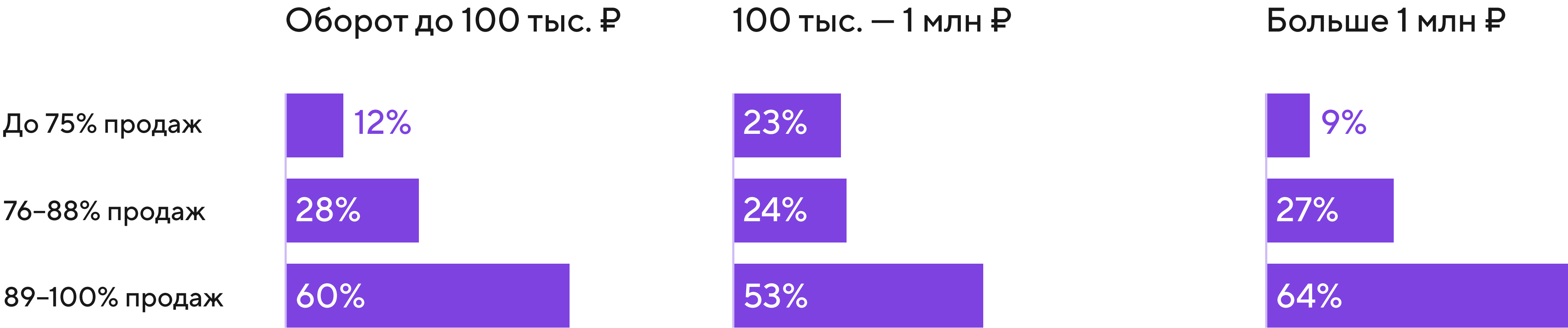


87%

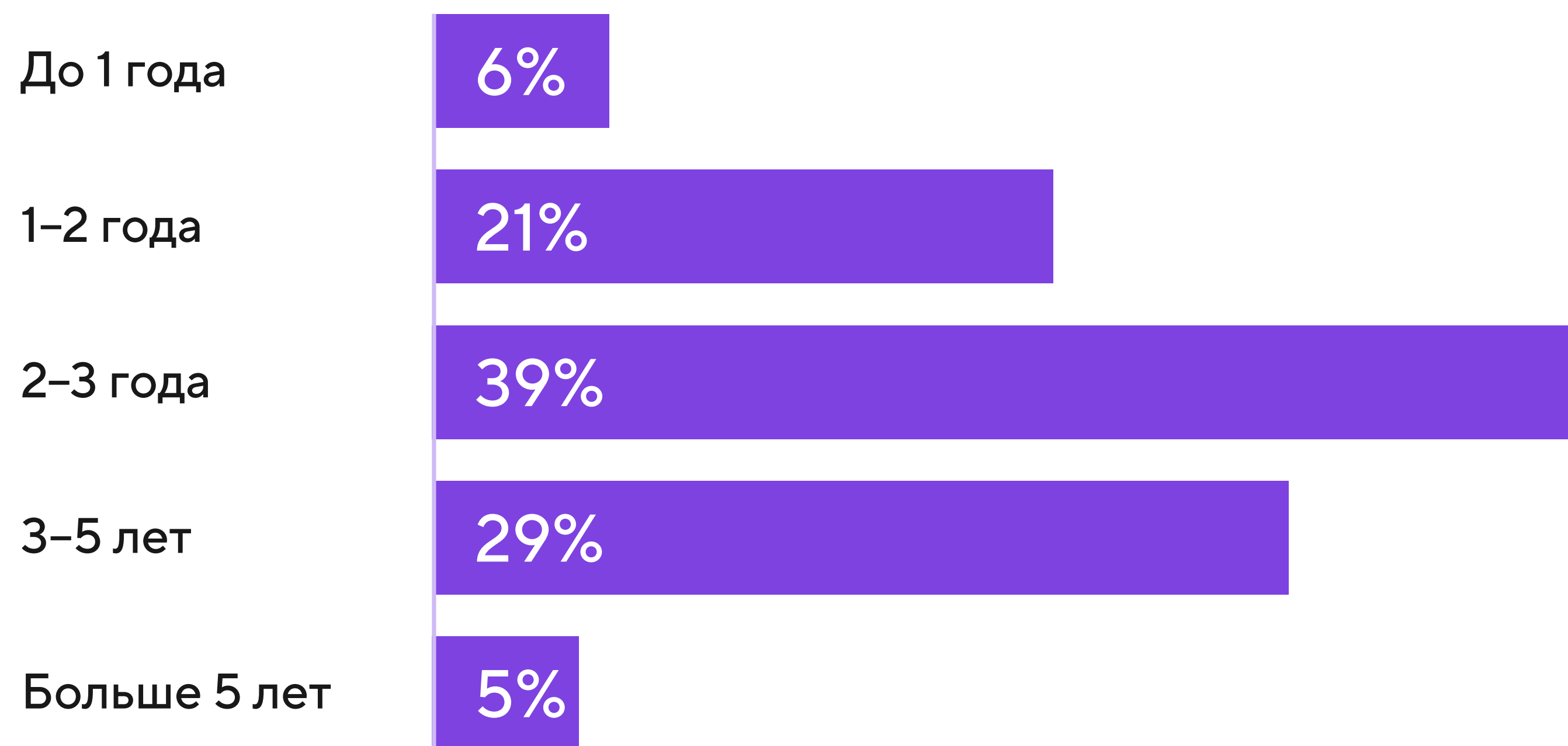
в среднем
составляет доля
маркетплейсов
среди каналов
продаж

У продавцов со средним оборотом маркетплейсы занимают наименьшую долю в структуре продаж: у каждого четвёртого они приносят **менее 75% выручки**.

Какую долю занимают маркетплейсы в общем объёме ваших продаж?



Как давно вы продаёте товары на маркетплейсах?



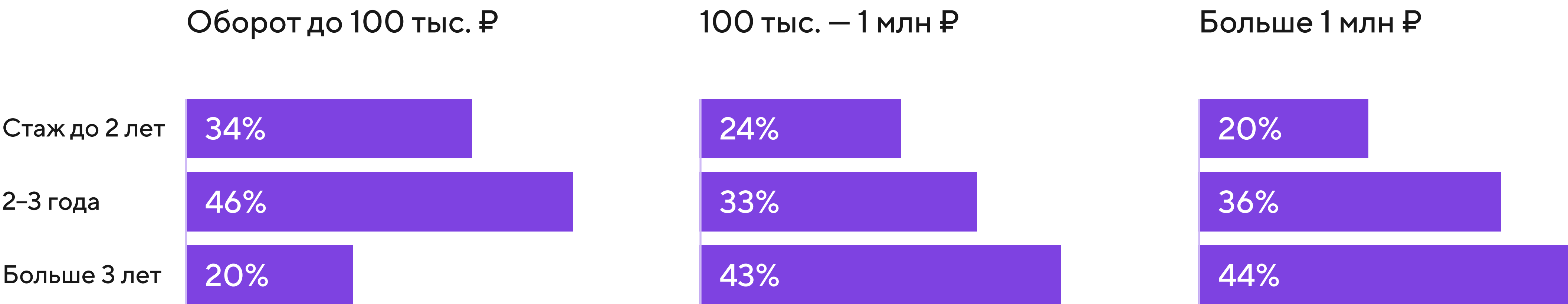
6%

начали
заниматься
продажами
на универсальных
маркетплейсах
за последний год

Портрет селлера.
Стаж

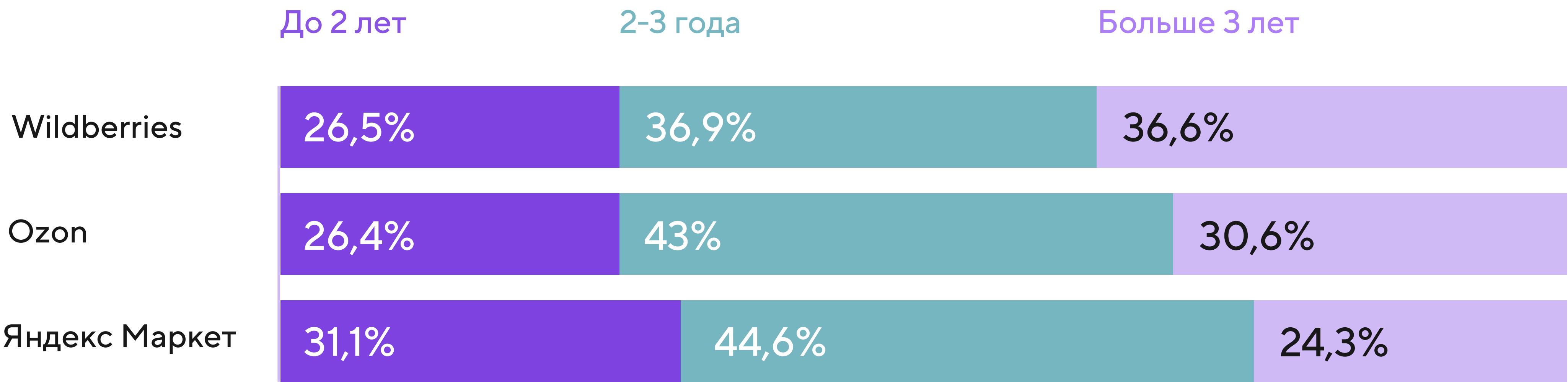
Средний стаж продажи на маркетплейсах — 2–3 года.

Как давно вы продаёте товары на маркетплейсах?



Средний стаж селлеров на Wildberries выше, потому что это первая площадка для входа.

Как давно вы продаёте товары на маркетплейсах?



Показатели бизнеса.

Основные выводы

точка банк *  DataInsight

Низкооборотные

- оборот меньше 100 тыс. ₽ в мес.;
- в штате до 10 сотрудников;
- размещают до 100 товарных позиций;
- продают товары российского производства;
- доставляют товар на склад маркетплейса самостоятельно или с помощью поставщика.

Со средним оборотом

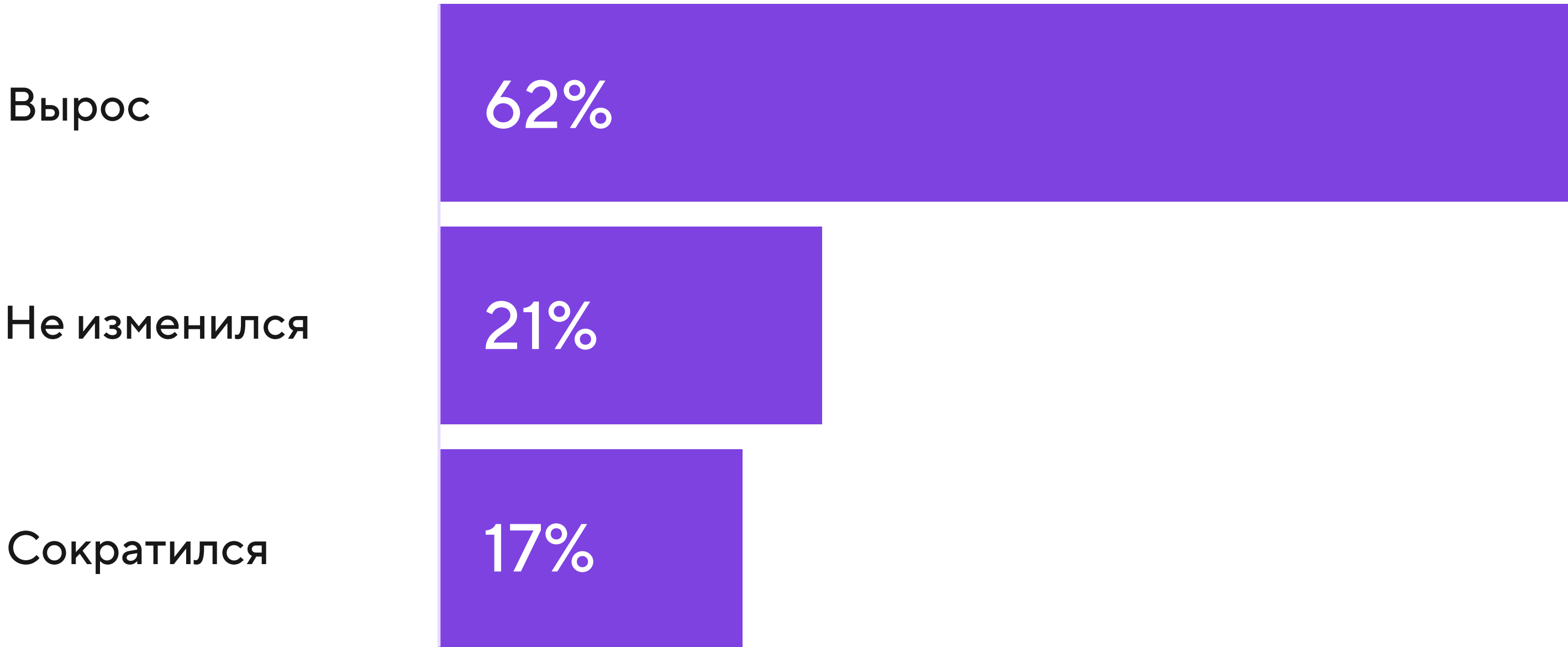
- 100 тыс. — 1 млн ₽ в мес.;
- 11–50 сотрудников;
- от 100 до 1 тыс. товарных позиций;
- товары зарубежного и российского производства;
- пользуются услугами доставки транспортных компаний.

Высокооборотные

- больше 1 млн ₽ в мес.;
- 11–50 сотрудников;
- от 100 до 3 тыс. товарных позиций;
- товары зарубежного производства;
- имеют собственный склад, пользуются услугами транспортных компаний, забором от маркетплейса и доставкой собственной службы водителей.

Большинство селлеров отмечают **рост оборота за последние 12 месяцев.**

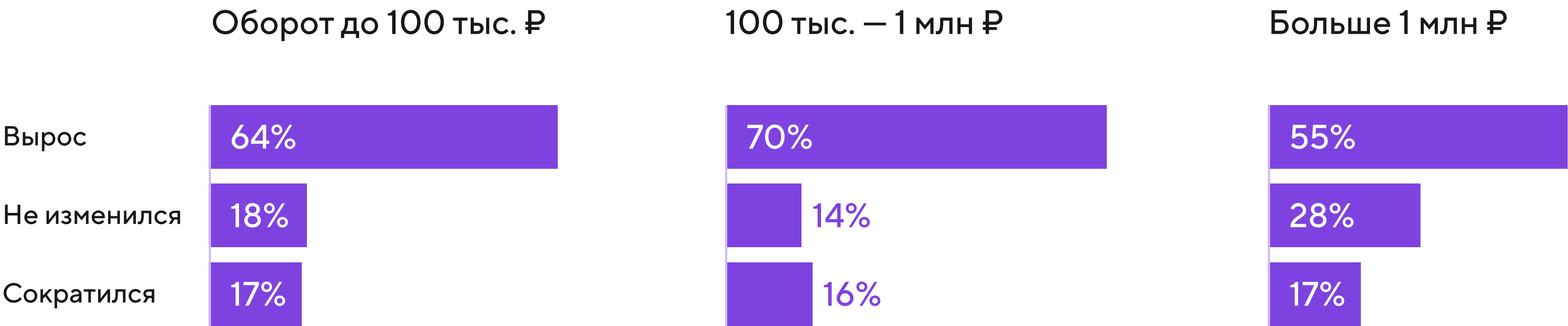
Как за прошедший год изменился ваш объём продаж?



Исследование Точка Банк и Data Insight, данные актуальны на июнь 2025. Вопрос с выбором одного варианта ответа. Субъективная оценка изменения оборота от «значительно сократился» до «значительно вырос» без оценки в деньгах.

В первую очередь рост наблюдается у селлеров со средним оборотом.

Как за прошедший год изменился ваш объём продаж?

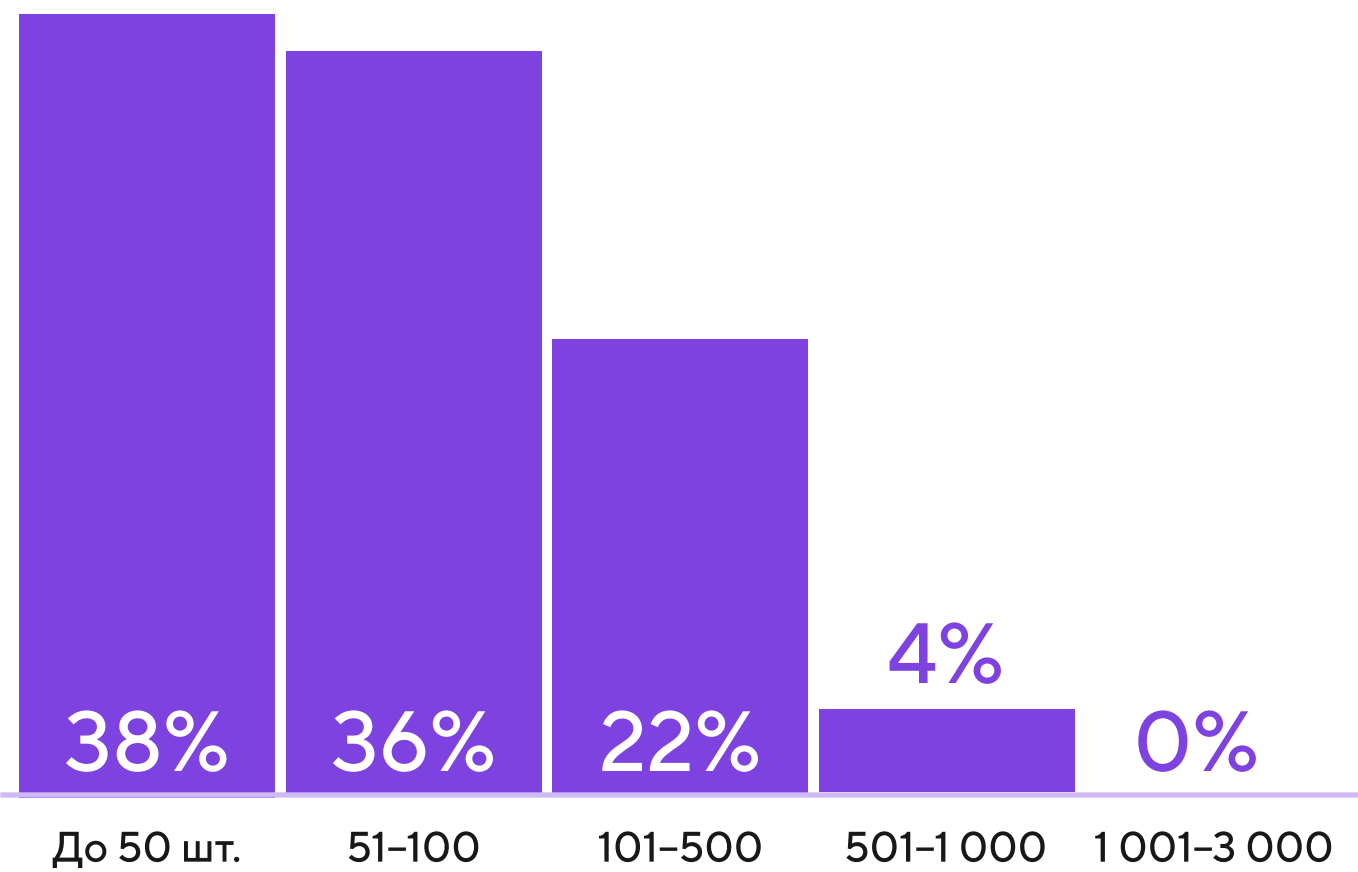


Исследование Точка Банк и Data Insight, данные актуальны на июнь 2025. Вопрос с выбором одного варианта ответа. Субъективная оценка изменения оборота от «значительно сократился» до «значительно вырос» без оценки в деньгах.

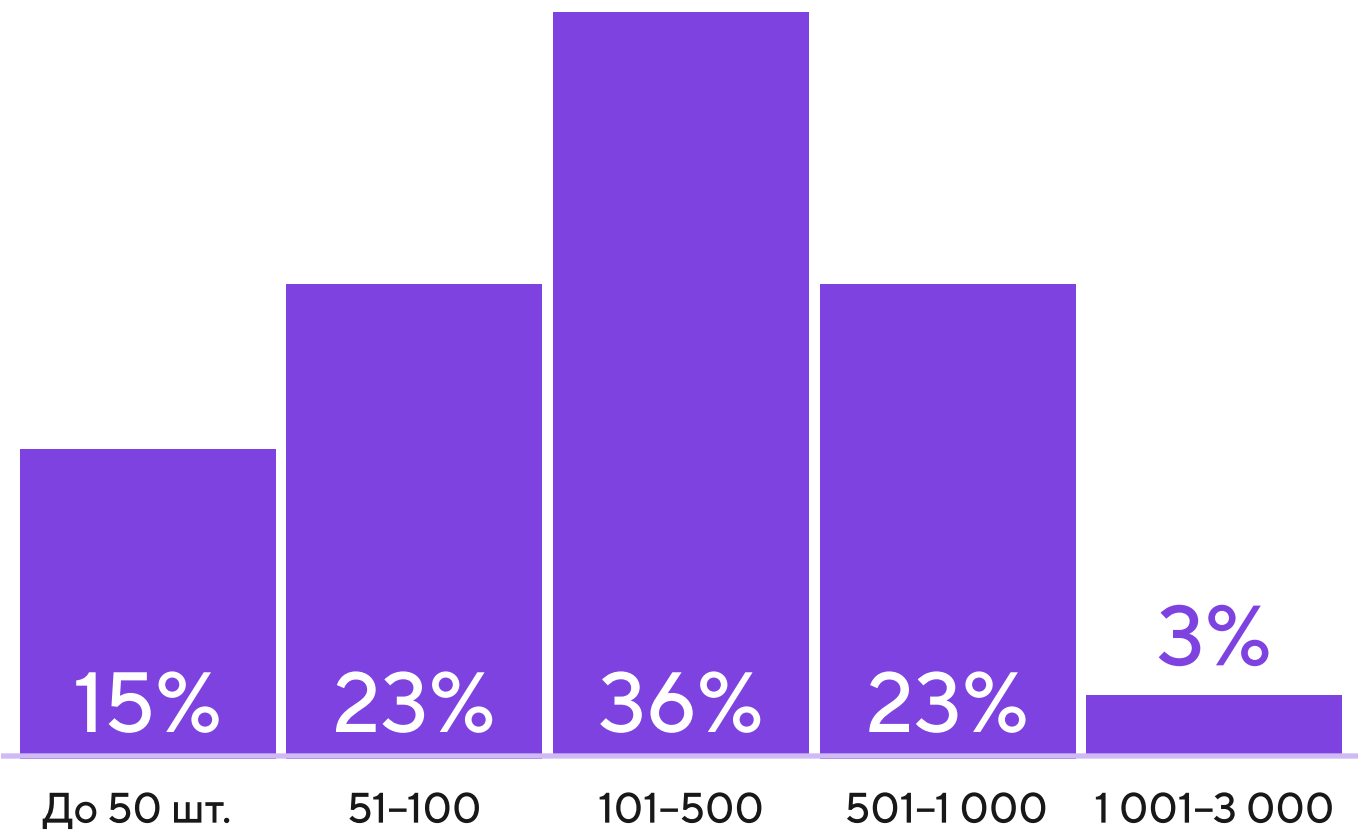
Низкооборотные селлеры размещают в среднем меньше позиций, чем селлеры в целом.

Сколько товарных позиций вы размещаете?

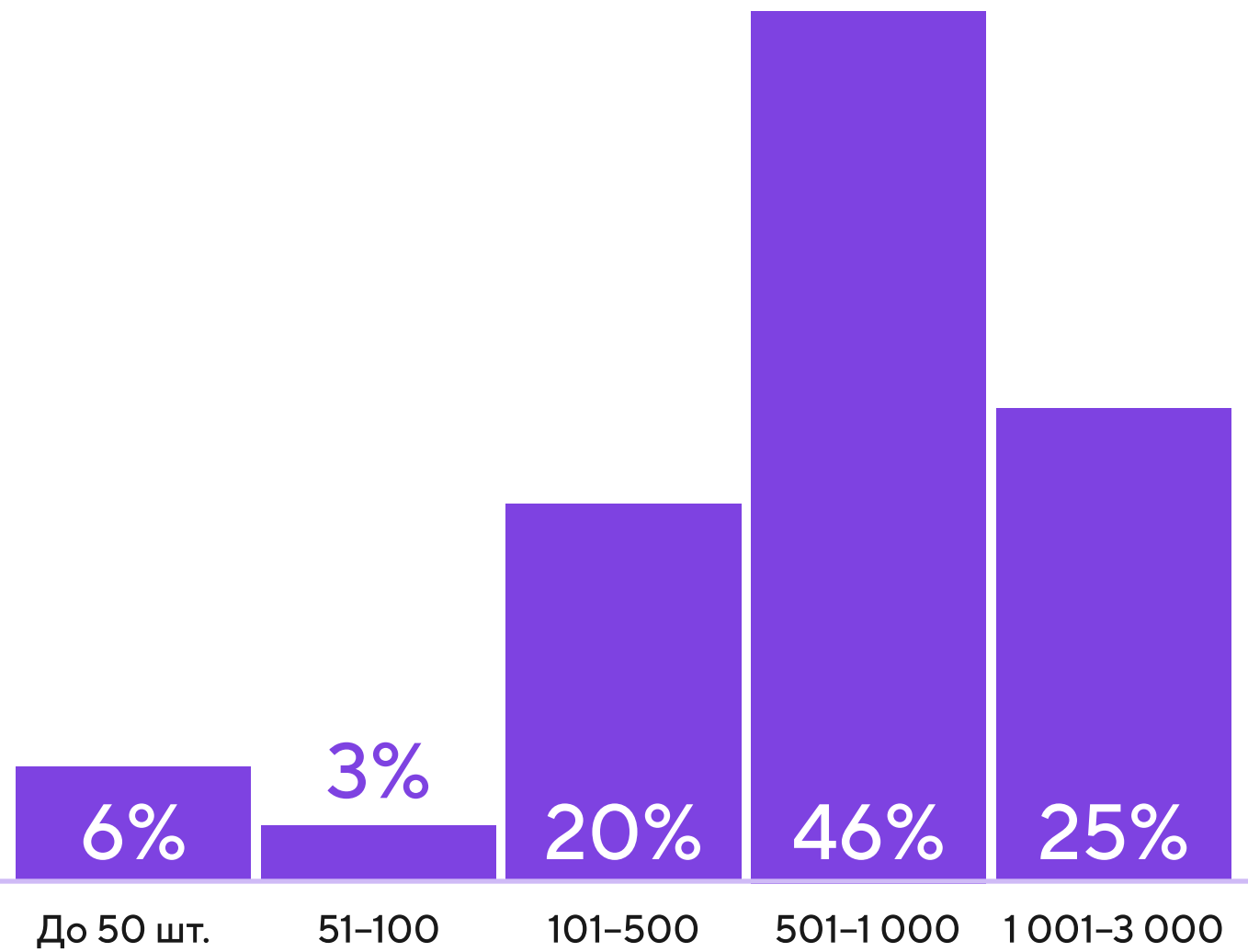
Оборот до 100 тыс. ₹



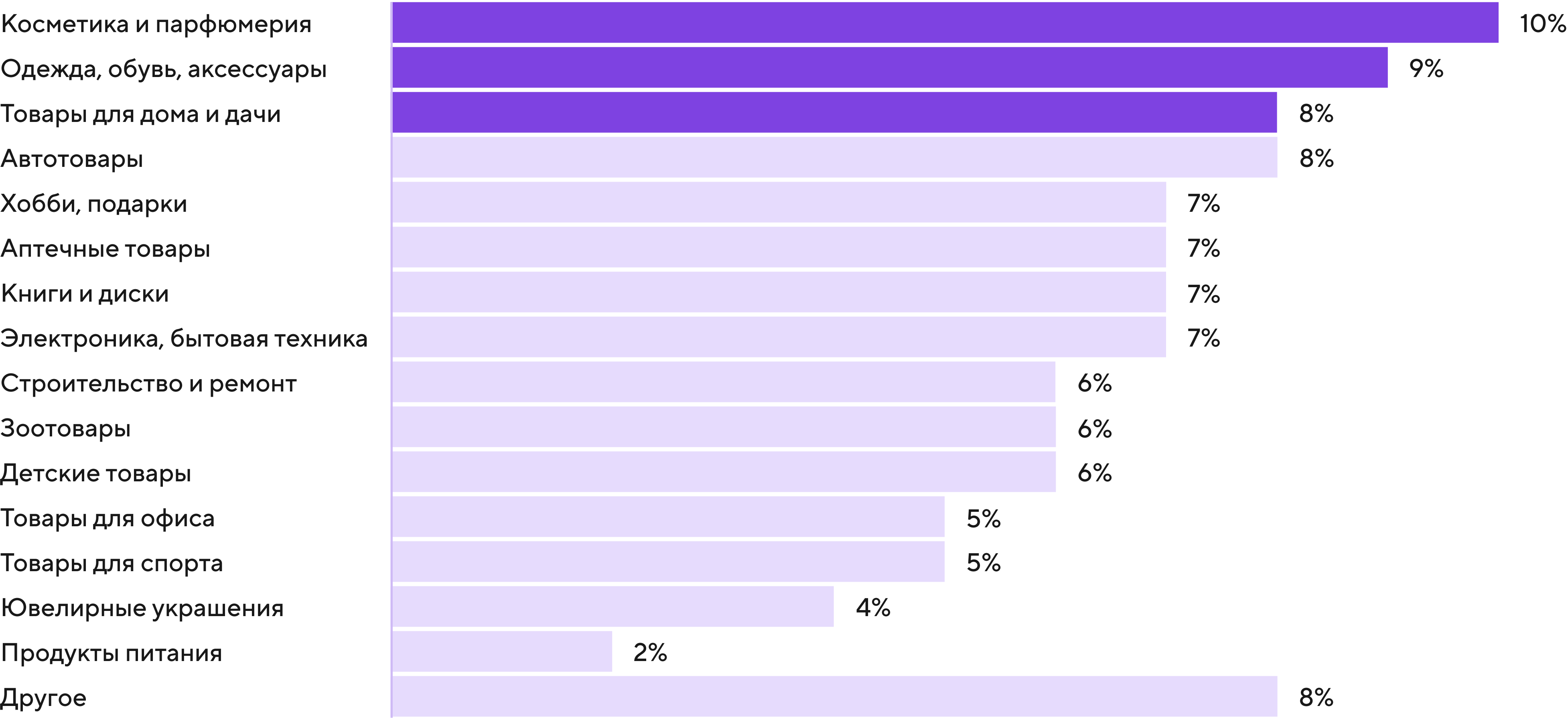
100 тыс. — 1 млн ₹



Больше 1 млн ₹



Какие категории товаров вы продаёте?

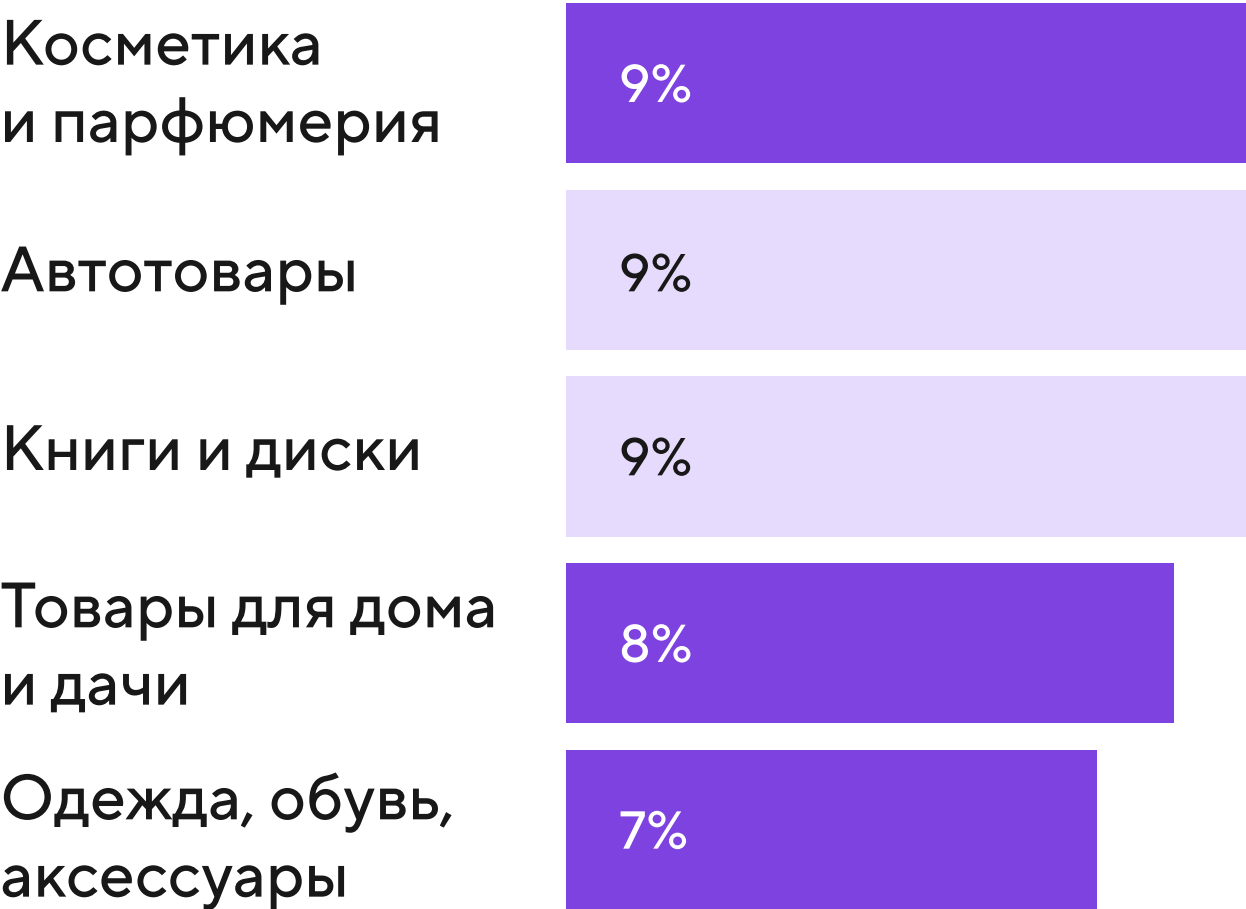


Одежда и обувь, косметика и парфюмерия, а также товары для дома и дачи входят во все топы.

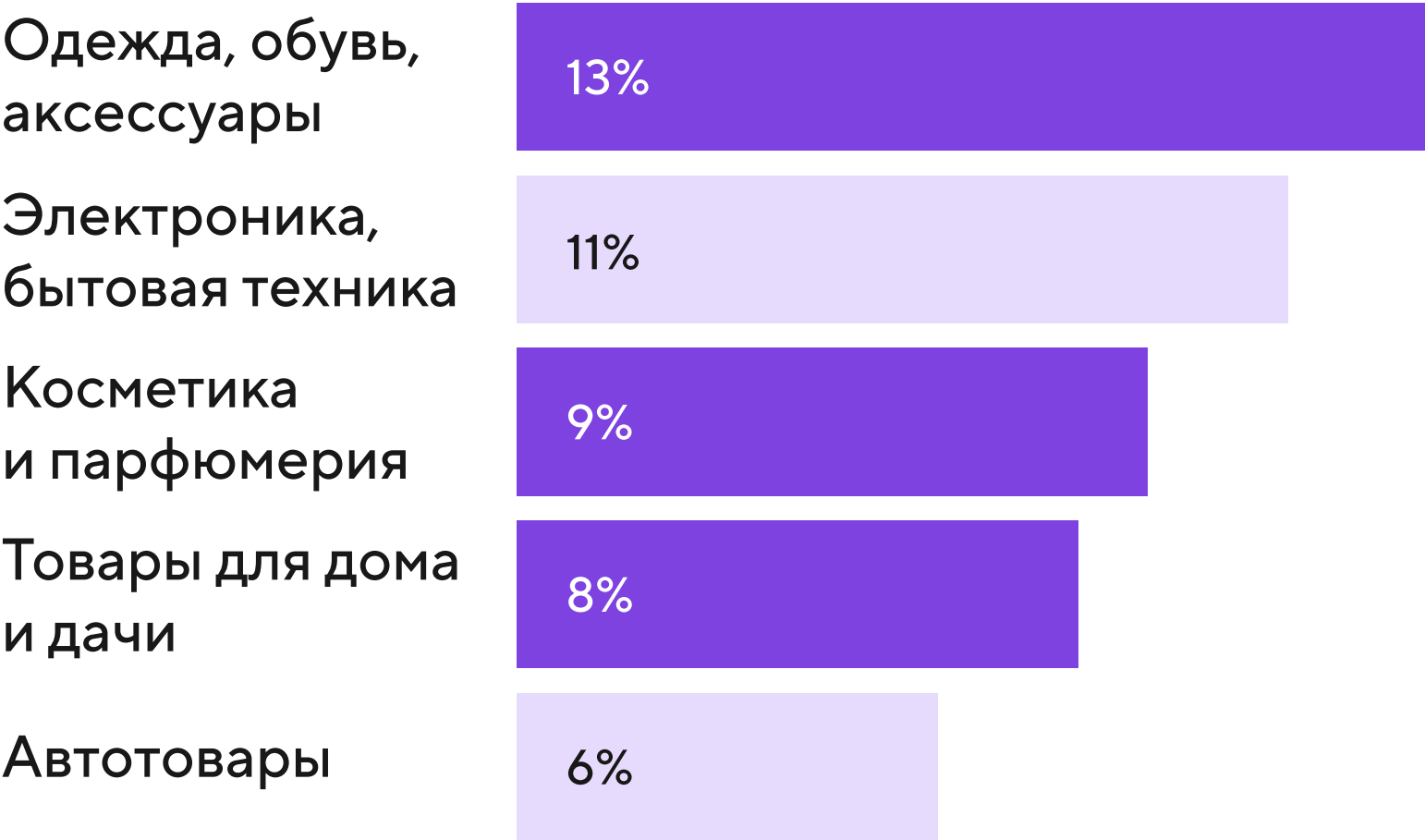
У селлеров с низким оборотом нет значительных отличий по предпочитаемым категориям товаров по сравнению с распределением по всей выборке.

Какие категории товаров вы продаёте? Топ-5 ответов по обороту.

Оборот до 100 тыс. ₹



100 тыс. — 1 млн ₹



Больше 1 млн ₹



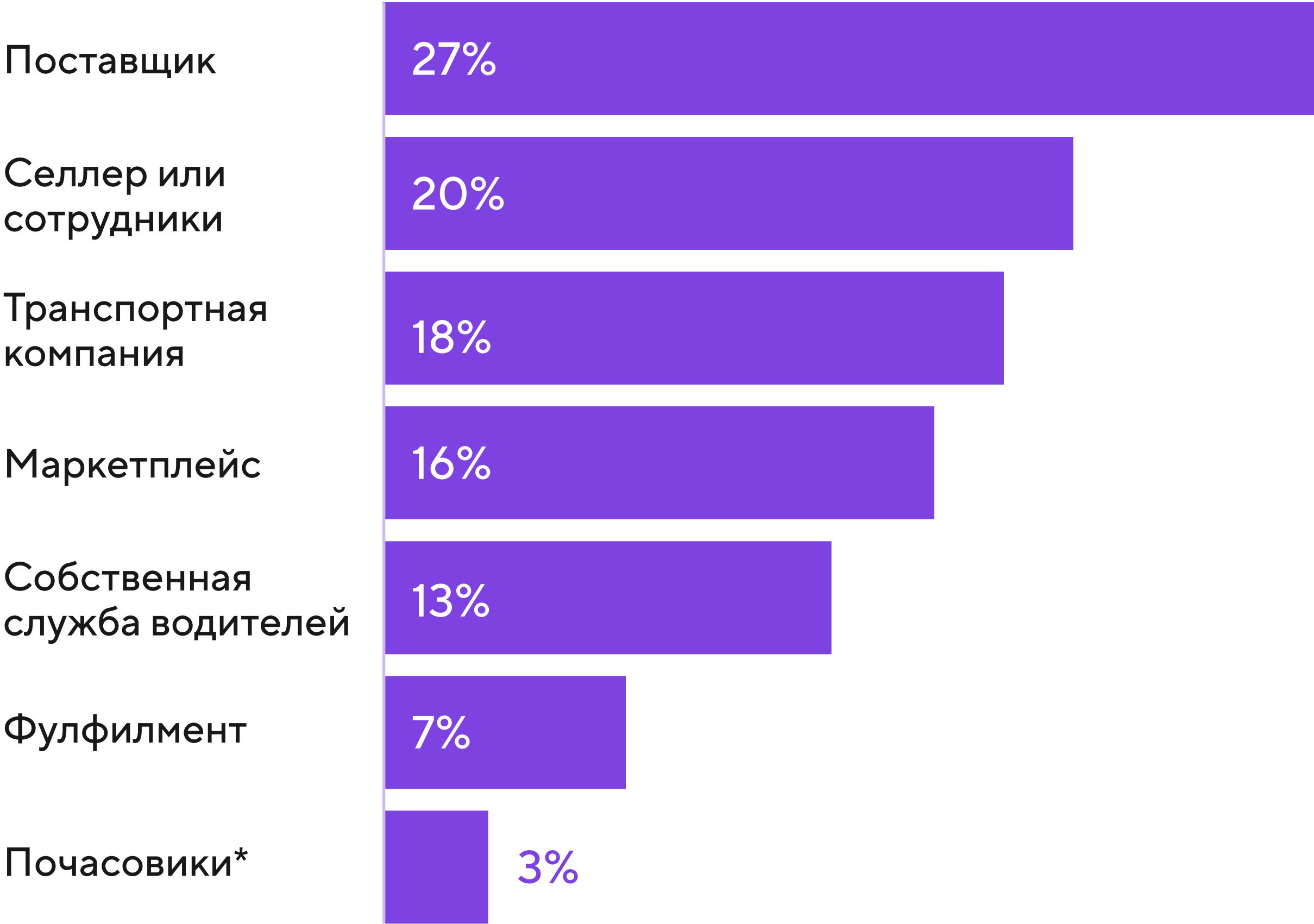
Зарубежные товары в среднем более востребованы среди селлеров: **52% продают товары зарубежного производства, 43% — товары российских производителей**. Популярность российских товаров падает с ростом оборотов, а зарубежных — растёт.

Где производят ваш товар?

Оборот	За рубежом, но покупаем внутри России*	В России	За рубежом, покупаемся за границей	На собственном производстве в России	На собственном производстве за рубежом
Оборот до 100 тыс. ₹	45%	55%	0%	0%	0%
100 тыс. ₹ — 1 млн ₹	48%	45%	4%	6%	0%
Больше 1 млн ₹	61%	29%	10%	9%	1%

Исследование Точка Банк и Data Insight. Вопрос с выбором одного варианта ответа.
*Товары зарубежного производства, которые привозят логистические компании или поставщики, селлеры покупают товары уже в России.

Кто доставляет ваш товар?



Исследование Точка Банк и Data Insight. Вопрос с множественным выбором варианта ответа.
*Наем машины и водителя с почасовой оплатой.

Продавцы с низкими оборотами стремятся сэкономить на доставке, тогда как высокооборотные селлеры в равных долях пользуются услугами поставщиков, транспортных компаний, забором от маркетплейсов и собственной службой водителей.

Кто доставляет ваш товар?

Оборот	Поставщик	Селлер или сотрудники	Транспортная компания	Маркетплейс	Собственная служба водителей	Фулфилмент	Почасовики*
Оборот до 100 тыс. ₹	32%	35%	11%	12%	4%	6%	1%
100 тыс. ₹ – 1 млн ₹	27%	10%	26%	12%	19%	5%	4%
Больше 1 млн ₹	21%	8%	21%	21%	21%	10%	4%

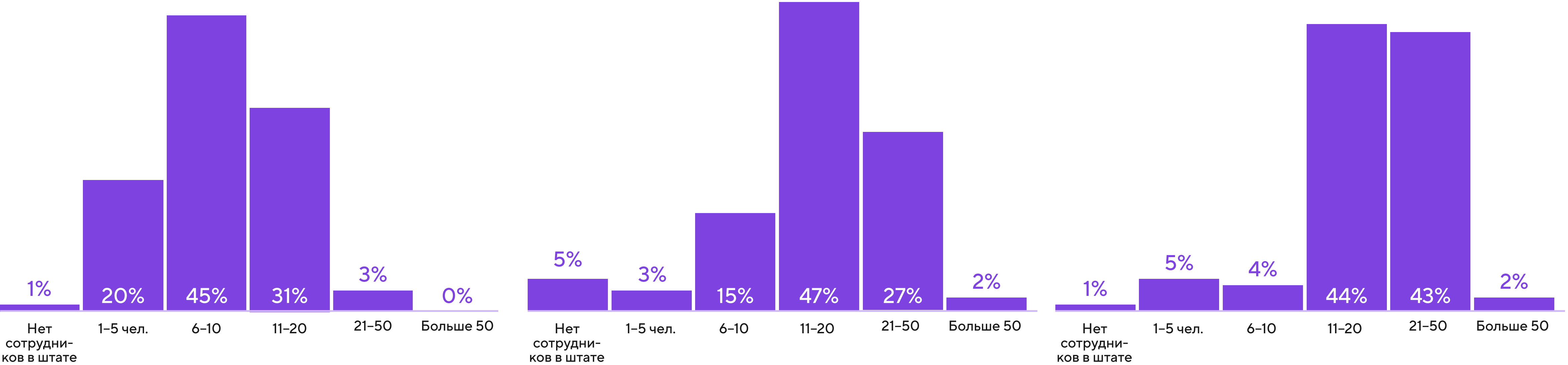
Чем выше оборот селлера, тем больше штат. В среднем штат составляет от 11 до 20 сотрудников. Только у 2% опрошенных нет сотрудников в штате, ещё у 1% их больше 50 чел.

Сколько у вас сотрудников в штате?

Оборот до 100 тыс. ₹

100 тыс. — 1 млн ₹

Больше 1 млн ₹



Инструменты, сервисы и услуги для селлеров. Основные выводы

Низкооборотные

- оборот меньше 100 тыс. ₽ в мес.;
- на рекламу тратят 6–10% от всех расходов;
- используют 1–2 рекламных канала;
- используют таблицы Excel как универсальный инструмент для автоматизации ведения бизнеса.

Со средним оборотом

- 100 тыс. — 1 млн ₽ в мес.;
- большинство расходует на рекламу 6–10%, но доля тех, кто тратит свыше 10% в этом сегменте, больше, чем в остальных;
- 1–2 канала;
- используют таблицы Excel, сервисы внешней аналитики и учёта финансов.

Высокооборотные

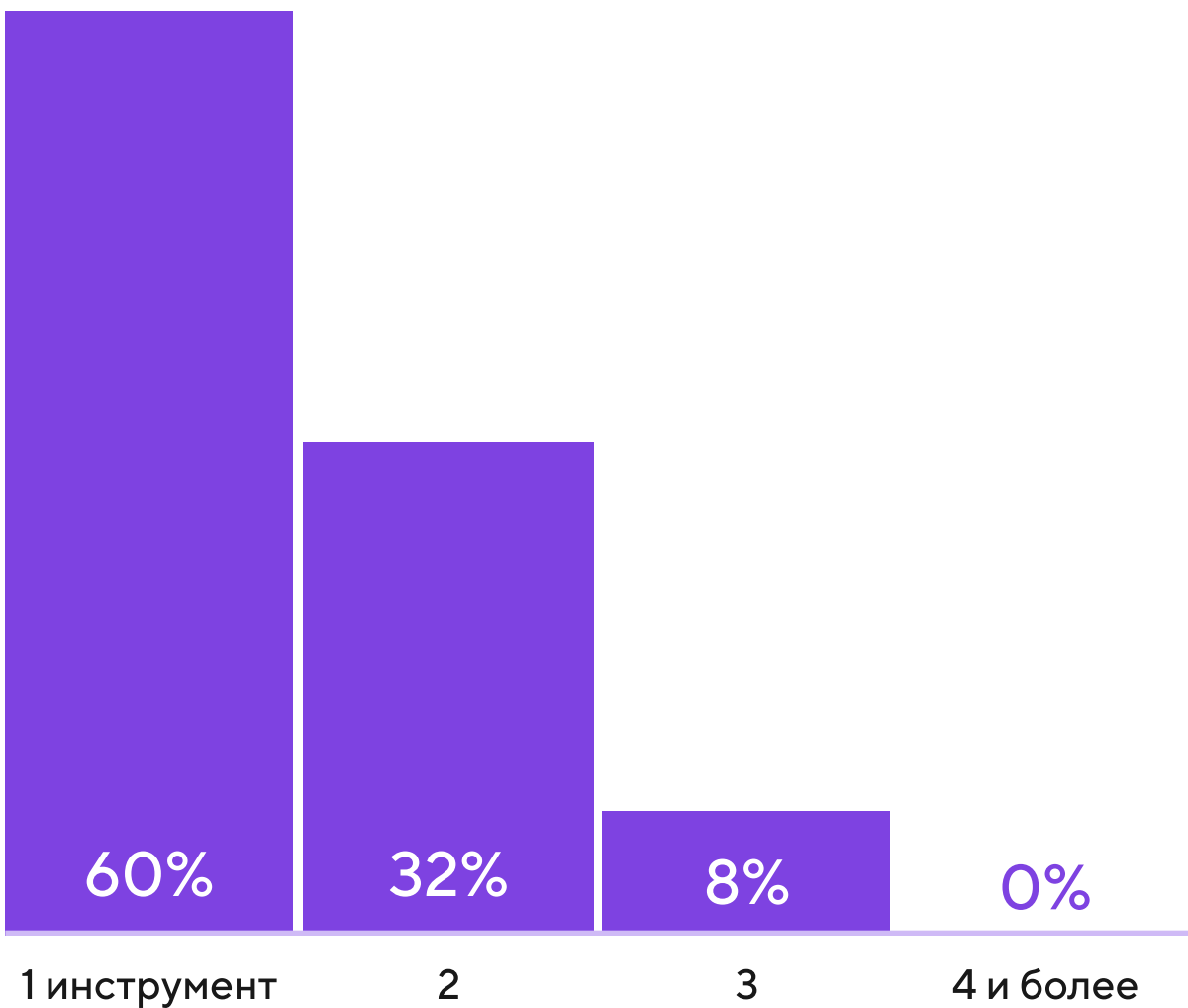
- больше 1 млн ₽ в мес.;
- большинство тратит на рекламу меньше 5%;
- 3 канала и более;
- используют сервисы внешней аналитики, учёта финансов, складского и бухгалтерского учёта.

Инструменты, сервисы и услуги.
Количество рекламных инструментов

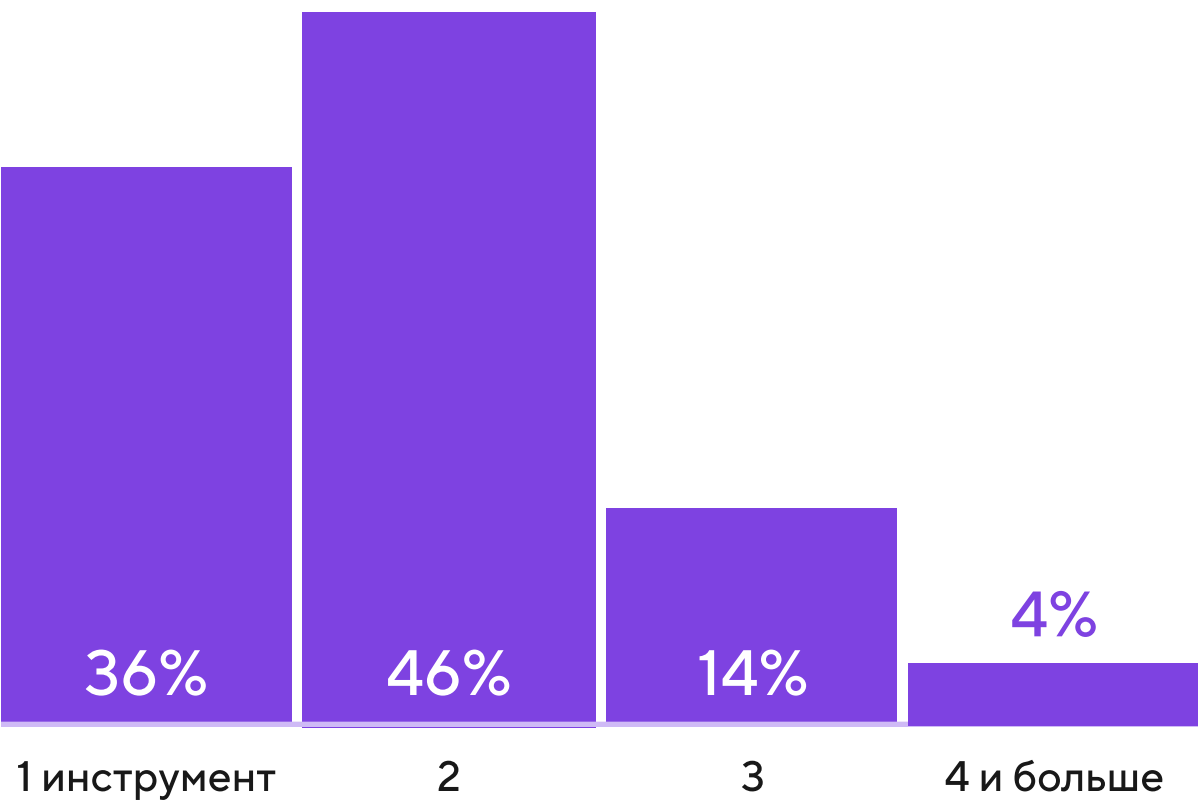
Чем выше оборот, тем больше различных инструментов
задействуют селлеры для продвижения товаров.

Сколько рекламных инструментов вы используете?

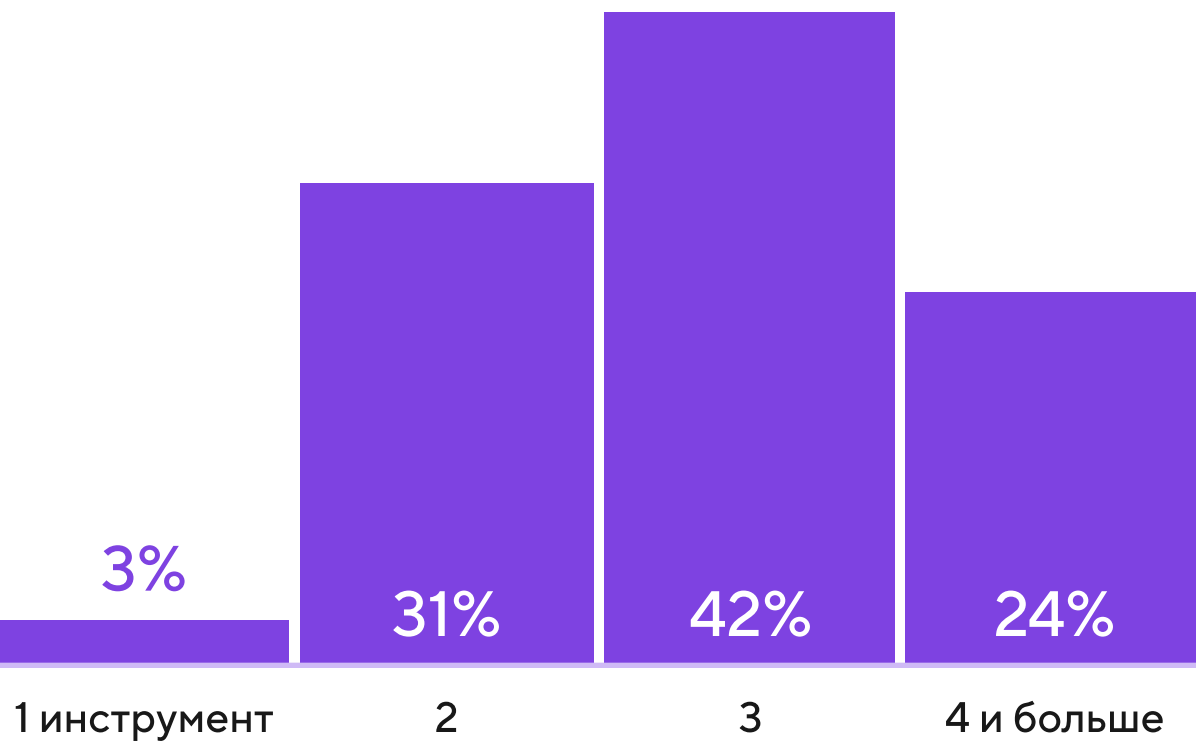
Оборот до 100 тыс. ₹



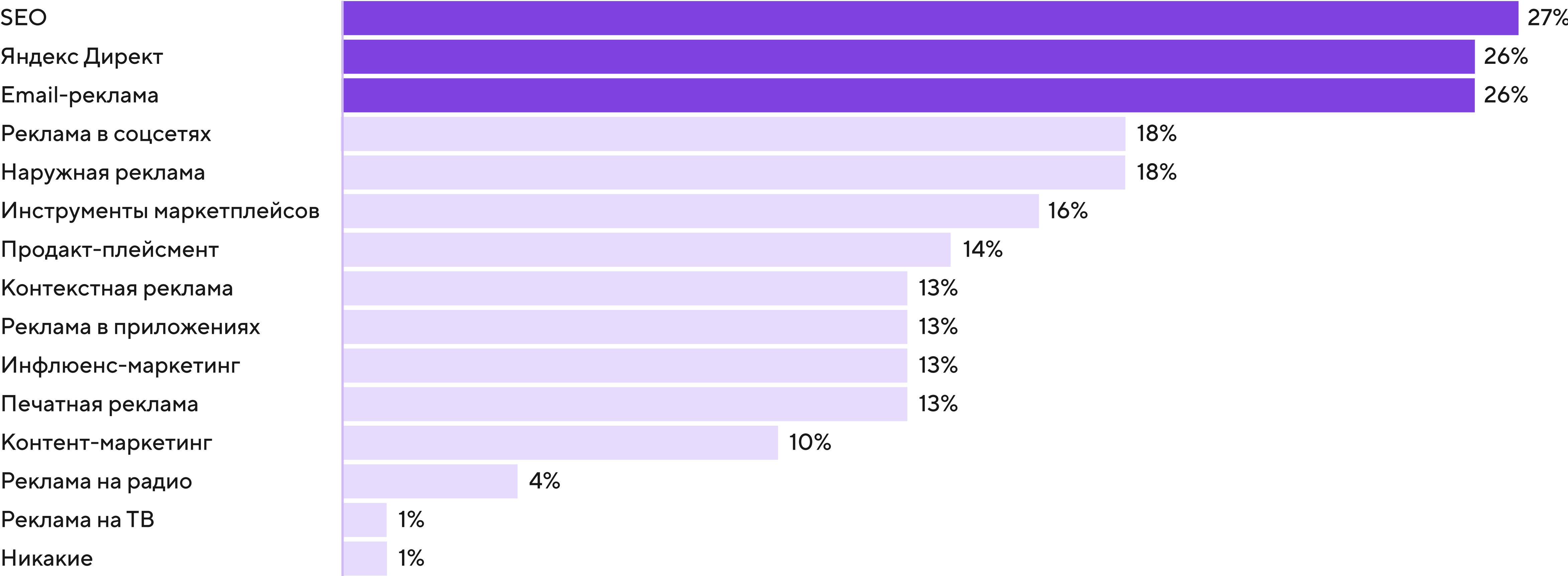
100 тыс. — 1 млн ₹



Больше 1 млн ₹



Какие рекламные инструменты вы использовали за последний год?



Инструменты, сервисы и услуги.
Количество рекламных инструментов

Селлеры с оборотом более 1 млн ₹ используют практически все рекламные каналы.

Какие рекламные инструменты вы использовали за последний год? Топ-5 ответов по обороту.

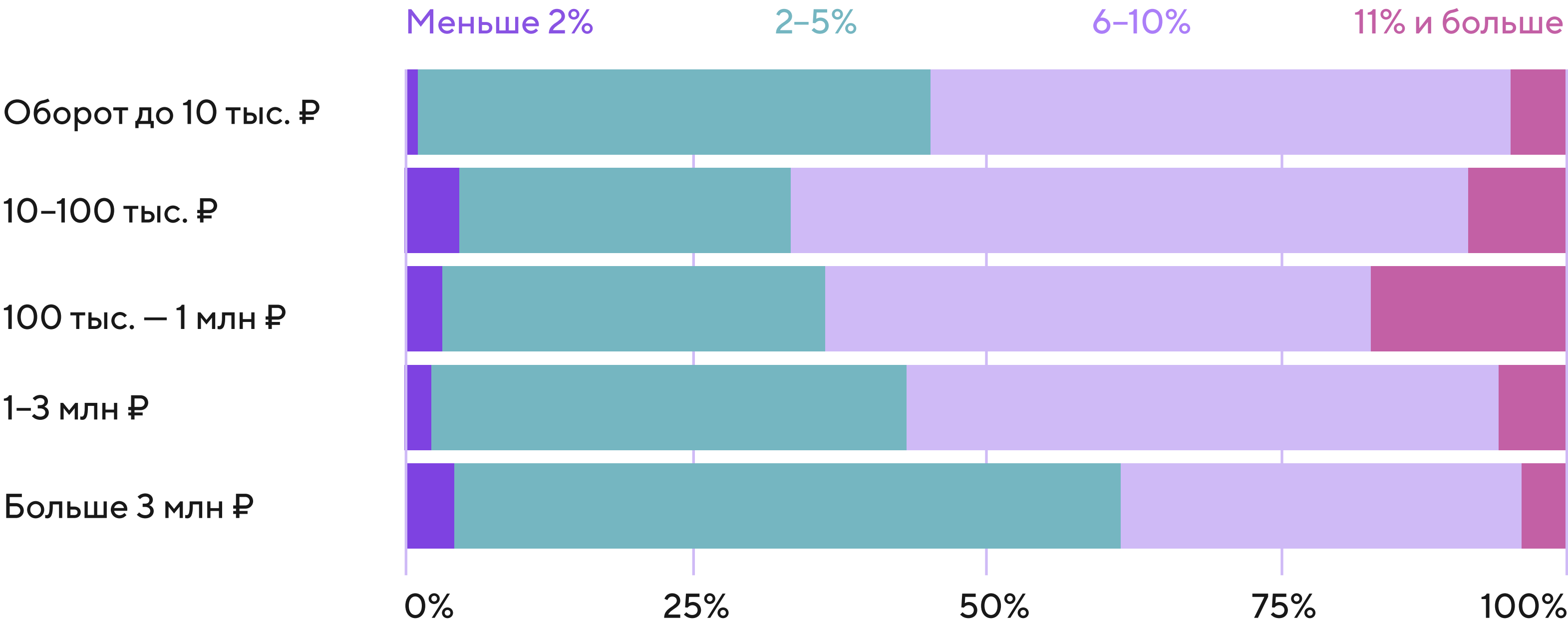


Какой процент от ваших расходов составляет реклама и продвижение?



Чем выше оборот селлера, тем меньшую долю расходов в среднем занимает реклама и продвижение товаров на маркетплейсах. Единственное исключение — селлеры с оборотами от 100 тыс. до 1 млн ₽. По мнению аналитиков, они тратят больше денег на качественное продвижение, чтобы перейти в более высокооборотную группу.

Какой процент от ваших расходов составляет реклама и продвижение?



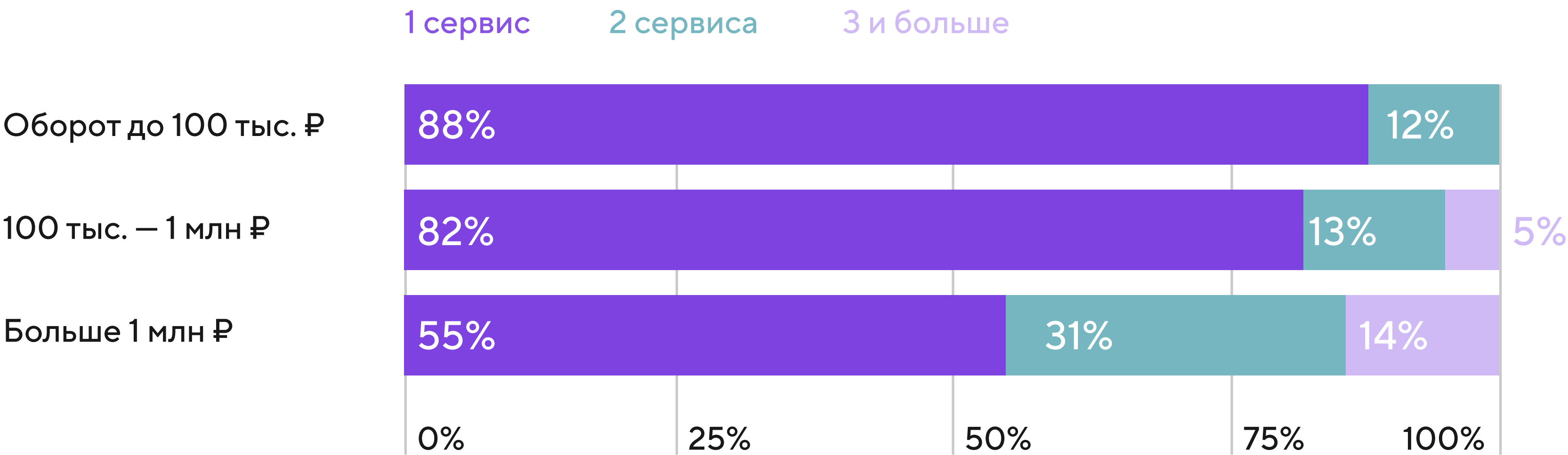
В среднем селлеры используют только один инструмент автоматизации торговли и аналитики, самый популярный из которых Excel. 28% из тех, кто использует только один инструмент, ограничиваются таблицами Excel.

Какие дополнительные сервисы и платформы для автоматизации процессов вы используете?

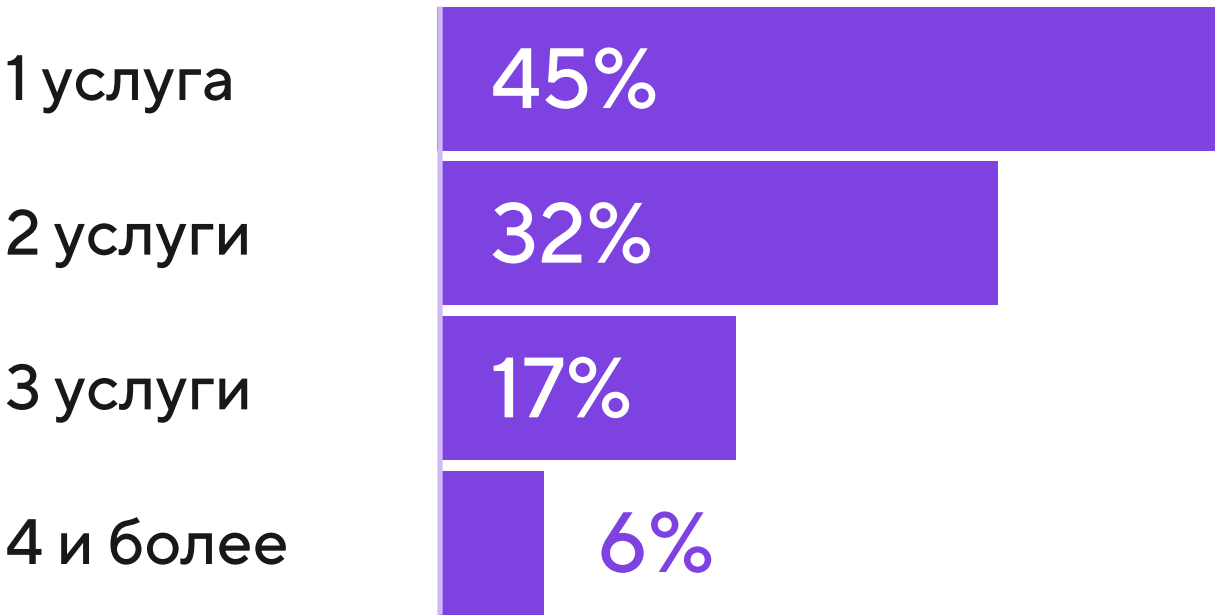


В среднем **73% селлеров** пользуются только одним сервисом автоматизации процессов торговли, ещё **20%** — двумя. **Только 7%** используют три и более сервисов. Чем выше оборот, тем больше сервисов необходимо использовать. Почти половина селлеров с оборотами больше 1 млн ₽ работают по крайней мере с двумя сервисами.

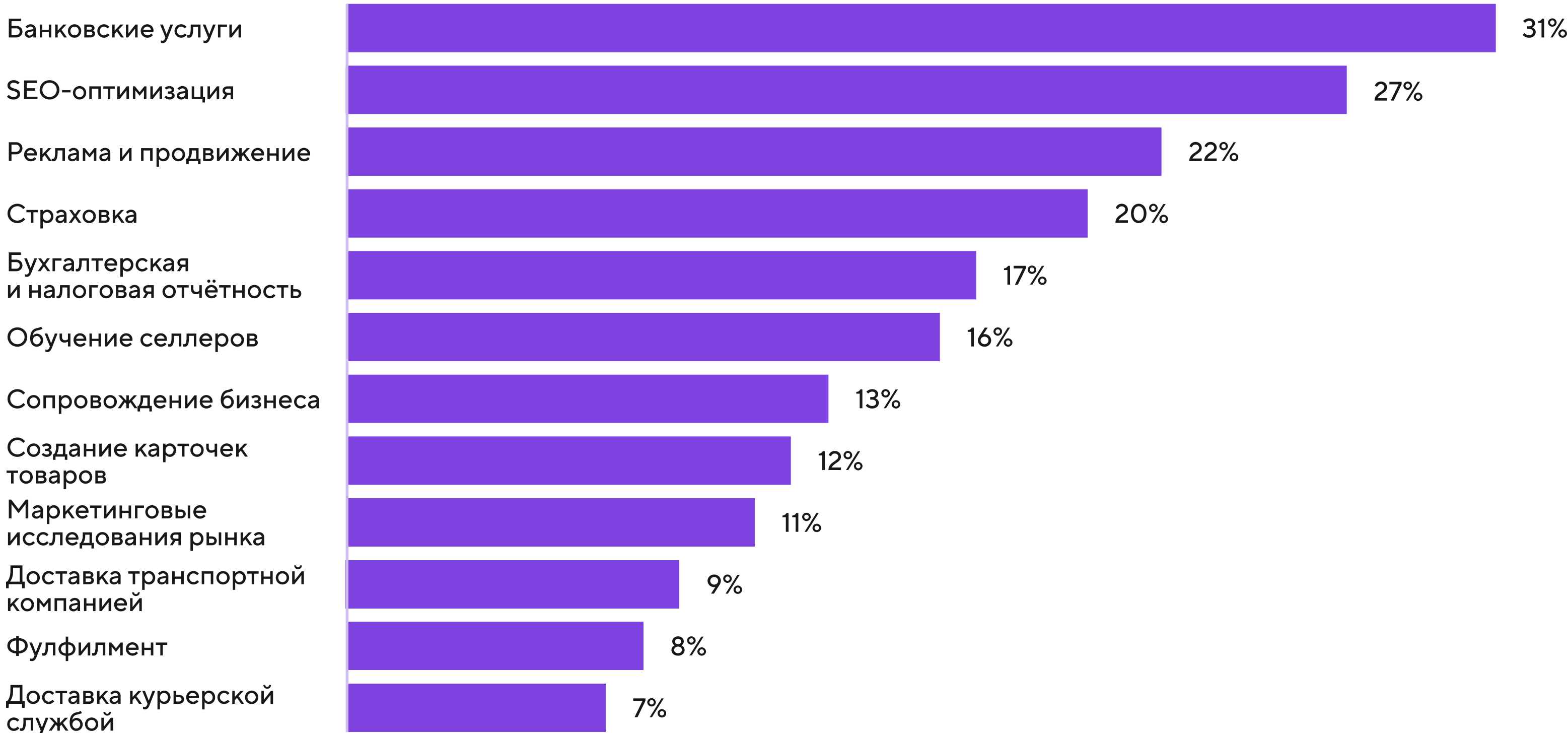
Сколько сервисов автоматизации вы используете?



Сколько услуг вы используете для организации торговли?



Какими услугами вы регулярно пользуетесь?



Поведение селлеров.

Основные выводы

Общая проблема — потеря прибыли из-за недобросовестного отношения покупателей к товару.

Низкооборотные

- оборот меньше 100 тыс. ₽ в мес.;
- в основном отслеживают затраты на рекламу и чистую прибыль;
- планируют увеличить маржинальность и оборот, выйти на другие онлайн-площадки.

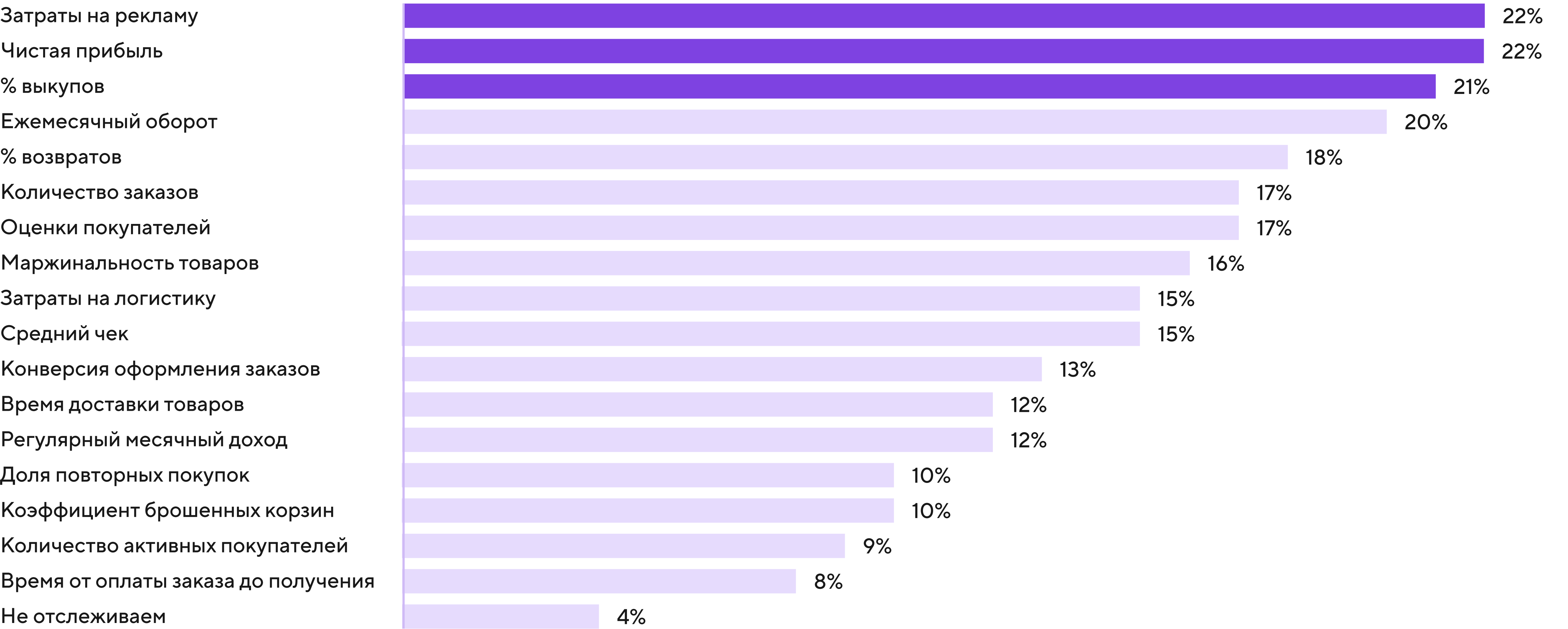
Со средним оборотом

- 100 тыс. — 1 млн ₽ в мес.;
- больше остальных уделяют внимание затратам на рекламу;
- повысить оборот и эффективность рекламы, запустить новые линейки товаров.

Высокооборотные

- больше 1 млн ₽ в мес.;
- следят за оборотом и чистой прибылью;
- увеличить оборот, эффективность рекламы и маржинальность.

Какие показатели продаж вы отслеживаете?

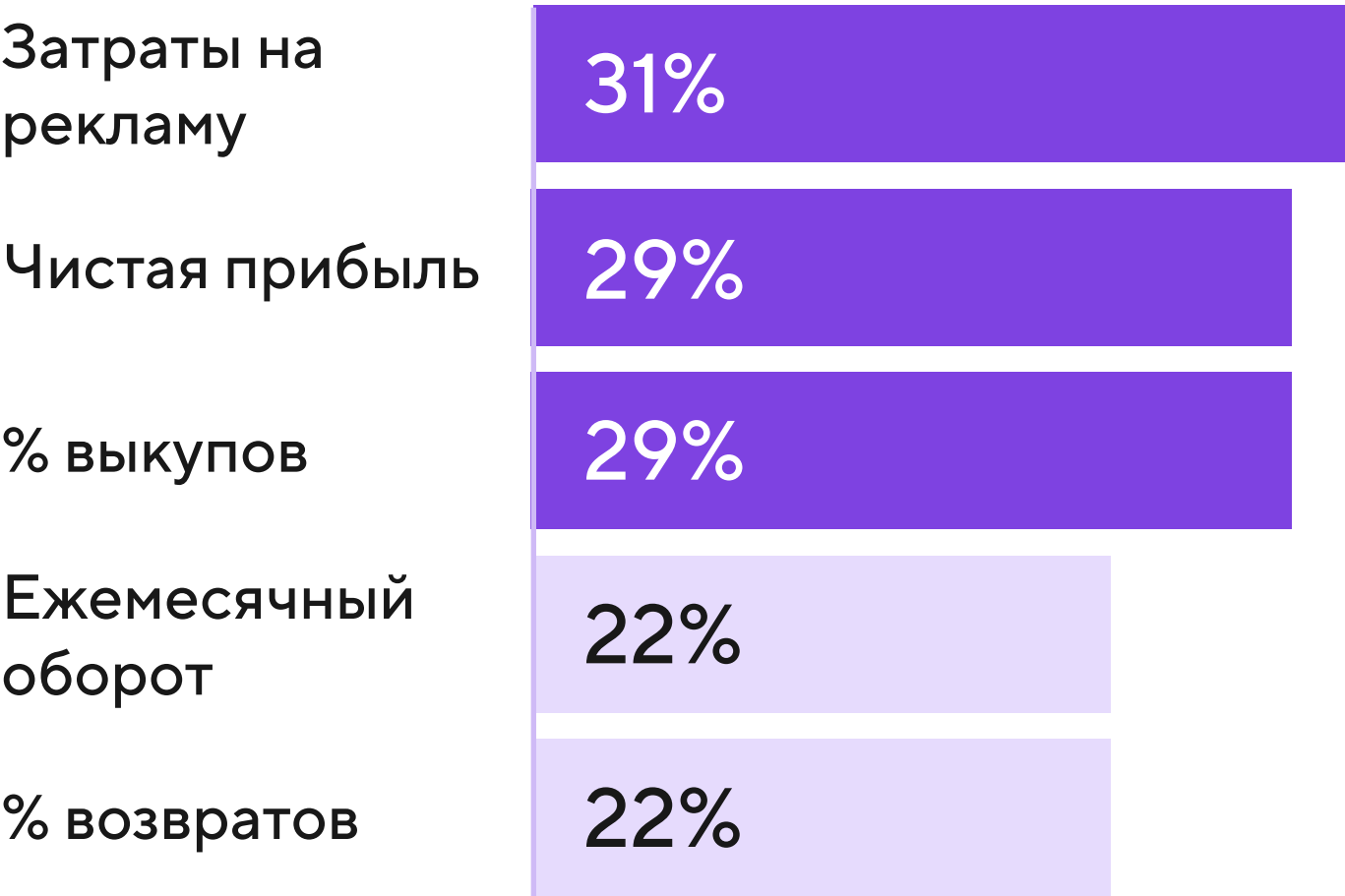


Какие показатели продаж вы отслеживаете? Топ-5 ответов по обороту.

Оборот до 100 тыс. ₹



100 тыс. — 1 млн ₹

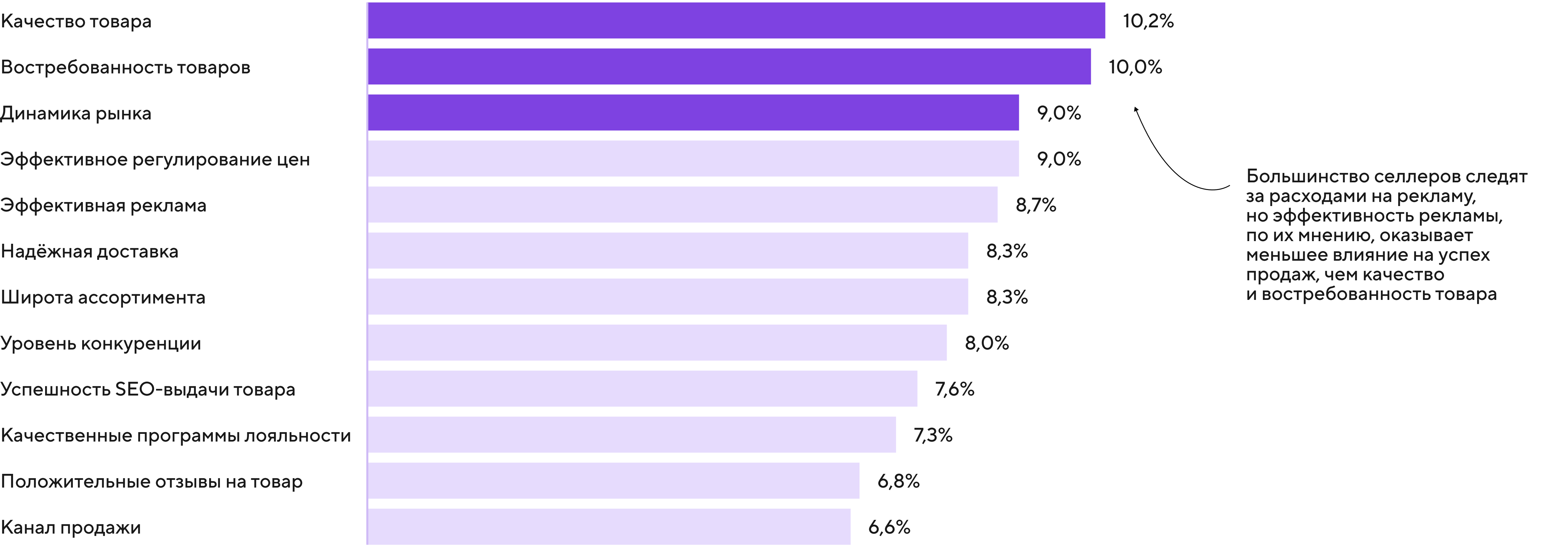


Больше 1 млн ₹



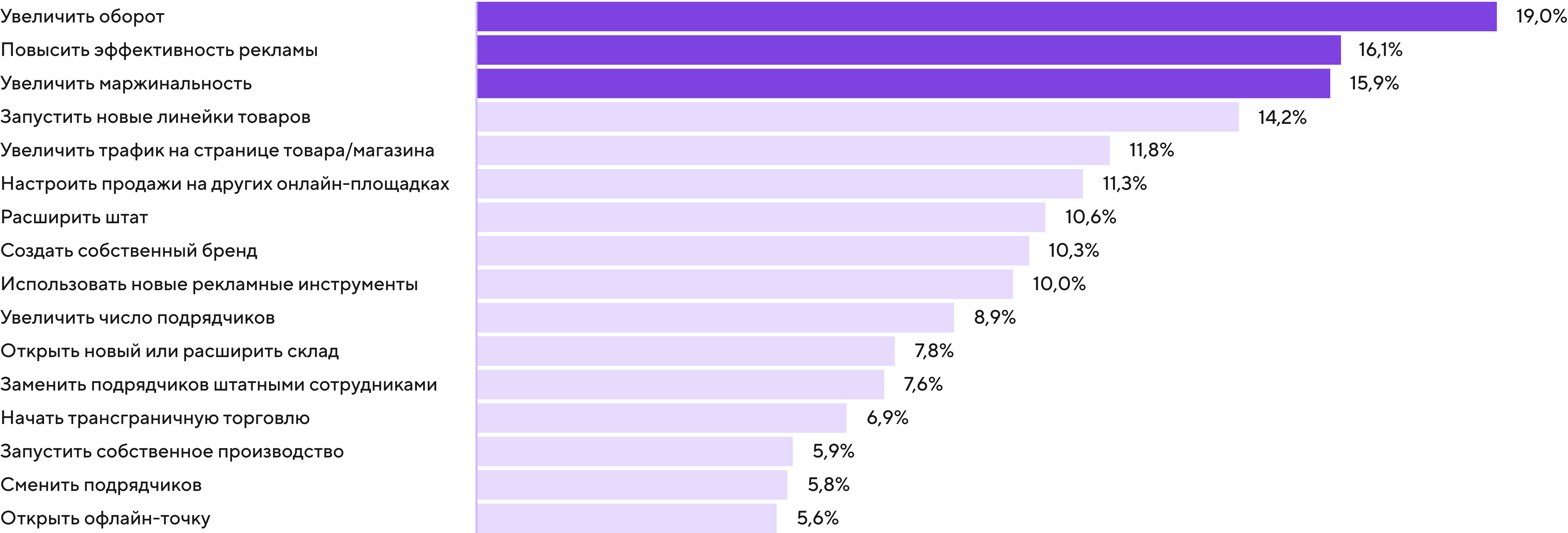
Поведение селлеров.
Показатели, влияющие на успешность продаж

Какой фактор больше всего влияет на успешность продаж?



Исследование Точка Банк и Data Insight. Вопрос с одиночным выбором ответа. Селлеры ранжировали факторы по влиянию на успешность продаж, где 1 — наиболее значимый фактор, а 12 — наименее значимый. На графике показан % селлеров, поставивших фактор на первое место.

Какие задачи в вашем бизнес-плане наиболее приоритетные?

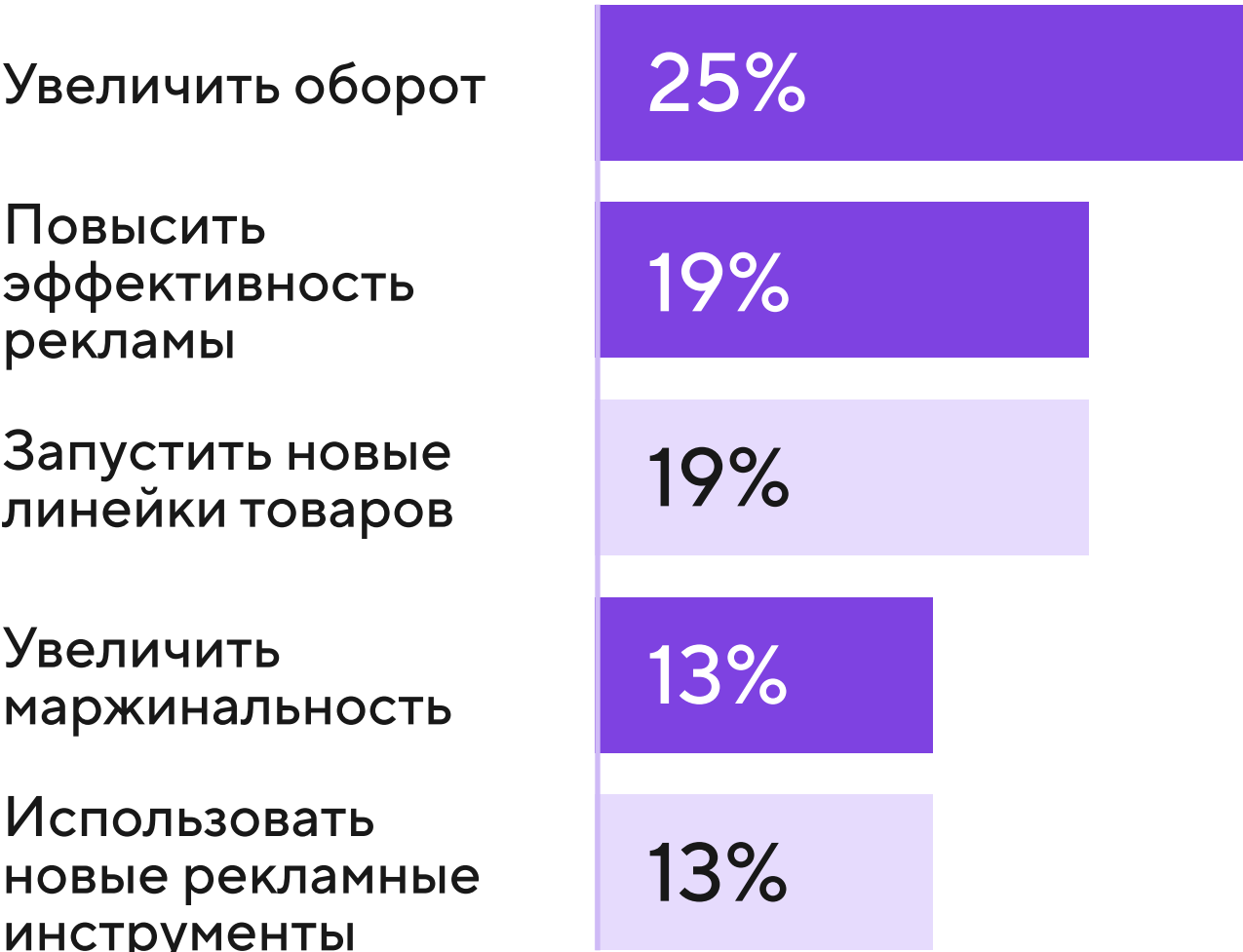


Какие задачи в вашем бизнес-плане наиболее приоритетные? Топ-5 ответов по обороту.

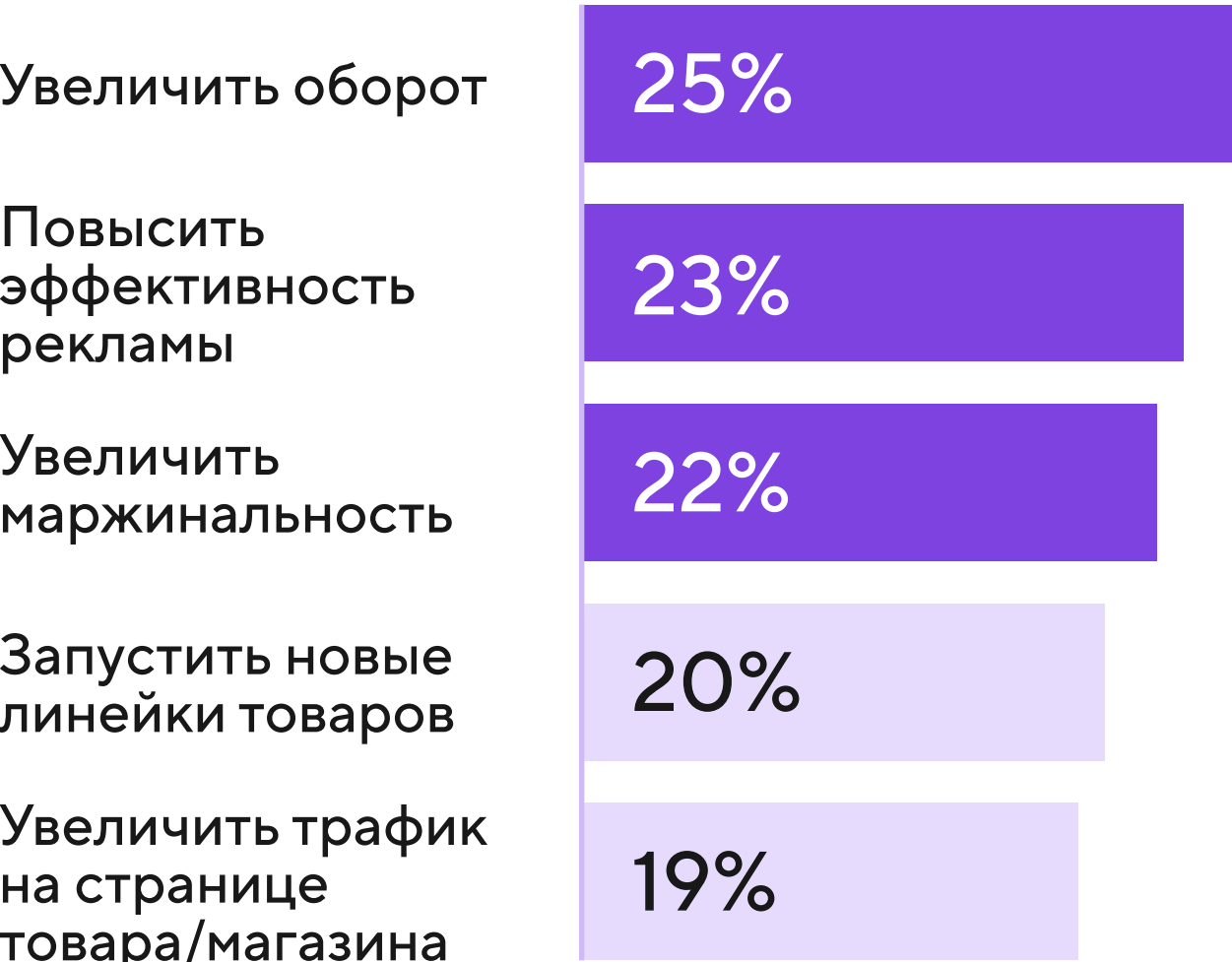
Оборот до 100 тыс. ₹



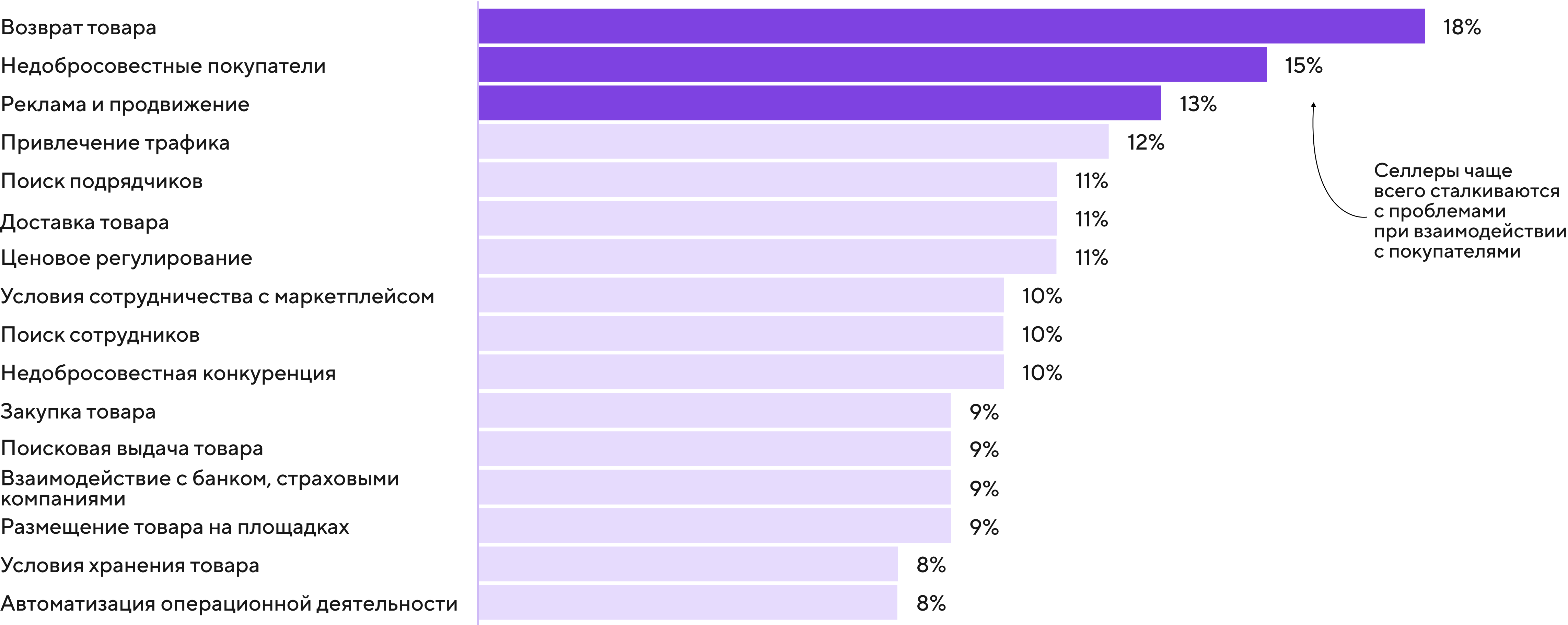
100 тыс. — 1 млн ₹



Больше 1 млн ₹



В каких сферах вы чаще всего сталкиваетесь с проблемами?



В каких сферах вы чаще всего сталкиваетесь с проблемами? Топ-5 ответов по обороту.

Оборот до 100 тыс. ₹



100 тыс. — 1 млн ₹



Больше 1 млн ₹



Проблема с ценовым регулированием беспокоит селлеров на Яндекс Маркете больше, чем остальных.

В каких сферах вы чаще всего сталкиваетесь с проблемами? Топ-10 ответов по маркетплейсу.

Wildberries



Ozon



Яндекс Маркет



“

Мы наблюдаем постепенное взросление рынка маркетплейсов. Виден рост объёма оборота и заказов, при этом динамика роста снижается. Растёт регулирование, растут требования к сертификации, что не может не сказываться на маржинальности. Мы переходим в стадию, когда отлаженные операционные процессы и регулярный финансовый учёт становятся обязательной частью процесса, а не хорошим тоном.



Константин Канивец

лидер сегмента селлеров в Точка Банк,
предприниматель и стартапер

Точка Банк

Точка — банк и экосистема сервисов для бизнеса. Сейчас банк насчитывает более 700 тыс. клиентов со всей страны. Точка предоставляет обслуживание полностью онлайн: предприниматели получают круглосуточную поддержку в чате и по телефону.

[Стать клиентом банка](#) ➞

[Познакомиться с банком поближе](#) ➞

точка банк

Data Insight

Первое в России агентство, специализирующееся на исследованиях и консалтинге в области e-commerce и digital-рынков. Агентство использует и сопоставляет все доступные источники, что обеспечивает максимальную точность и надёжность оценок.

[Подписаться на новости Data Insight](#) ➞

[Подписаться на телеграм-канал](#) ➞

DI Data Insight